

**BSPQT**

商务秘书系列丛书

全国商务秘书专业资格考试培训教材

# 商务秘书

## 理论与实务

(第二版)

主 编 董 宣 张同钦

全国商务秘书专业资格考试办公室

全国商务秘书专业资格考试培训教材编委会

组织编写



中国水利水电出版社

[www.waterpub.com.cn](http://www.waterpub.com.cn)

商务秘书系列丛书

全国商务秘书专业资格考试培训教材

# 商务秘书理论与实务

## (第二版)

主 编 董 宣 张同钦



中国水利水电出版社  
www.waterpub.com.cn

## 内 容 提 要

本书是全国商务秘书专业资格考试指定教材。

全书由十二章组成,包括商务秘书概述、商务秘书工作实务、商务文书、商务礼仪、企业管理基础、市场营销战略、人力资源管理、国际贸易、商务公共关系、商务沟通、商务谈判、常用商务法规。在整体编写思路上,以商务秘书基本理论为基础,注重对商务秘书知识与能力结构的探索;注重理论与实务的结合;注重选材的新颖性与扩充性。

本书适用于从事对外商务活动的在职人员和有志于从事商务秘书活动的社会青年的自学与提高,也可作为大专院校商务秘书专业或经济管理类专业的教学用书。

**本书配有电子教案,读者可以到中国水利水电出版社或万水书苑网站免费下载,网址:  
<http://www.waterpub.com.cn/softdown/>或 <http://www.wsbookshow.com>。**

## 图书在版编目(CIP)数据

商务秘书理论与实务 / 董宣, 张同钦主编. -- 2版  
-- 北京: 中国水利水电出版社, 2010.10  
(商务秘书系列丛书)  
全国商务秘书专业资格考试培训教材  
ISBN 978-7-5084-7936-1

I. ①商… II. ①董… ②张… III. ①商务—秘书—  
资格考核—教材 IV. ①F715

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第186361号

策划编辑: 杨庆川 责任编辑: 张玉玲 封面设计: 李佳

书 名	商务秘书系列丛书 全国商务秘书专业资格考试培训教材 商务秘书理论与实务(第二版)
作 者	主 编 董 宣 张同钦
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网址: <a href="http://www.waterpub.com.cn">www.waterpub.com.cn</a> E-mail: <a href="mailto:mchannel@263.net">mchannel@263.net</a> (万水) <a href="mailto:sales@waterpub.com.cn">sales@waterpub.com.cn</a> 电话: (010) 68367658 (营销中心)、82562819 (万水)
经 售	全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	北京蓝空印刷厂
规 格	184mm×260mm 16开本 30.5印张 792千字
版 次	2010年10月第1版 2010年10月第1次印刷
印 数	0001—5000册
定 价	48.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换  
版权所有·侵权必究

## 编 委 会

主 任 郭增利

副主任 董 宣 张同钦

委 员 (以姓氏音序排列)

陈世杰 高利军 郭济兴 龚文海

马 勇 任 曼 师求恩 宋书印

王卫东 余尚清 张 村 张 方

张茂松 赵 楠 郑小平

## 序

随着我国工商业的蓬勃发展，新兴企业层出不穷，对商务秘书人才的需求也日益增多。如今，商务秘书已成为市场经济条件下快速发展的社会职业群体、企事业单位不可或缺的基础人才队伍、商务活动中的重要辅助力量。商务秘书在工商企业中为管理者提供综合性、基础性服务工作，承担着为领导和管理层辅助决策的重要职责。专业的商务秘书和商务秘书机构，是体现工商企业良好的人员素质、标准的现代化企业管理以及优秀的企业文化的重要窗口。

基于各级各类工商企业提高组织管理效能的迫切需要，世界众多国家都在不断推进商务秘书职业化进程，开展商务秘书职业培训和资格考试，打造职业化的商务秘书人才队伍。由于我国高等秘书专业教育起步相对较晚，秘书专业教育细分还严重不足，秘书教育教学内容的行政色彩还比较浓厚，能够熟悉并运用经济规律和国际准则，能够卓有成效地将其专业素质、工作经验、综合能力等整合运用在商业运作中的商务秘书人才相对匮乏。

为推动我国商务秘书职业化工作快速而规范地发展，满足市场经济快速发展对商务秘书人才的迫切需求，全国商务秘书专业资格考试办公室、全国商务秘书专业资格考试培训教材编委会组织编写了《商务秘书理论与实务》、《商务电脑实务》、《商务英语》等商务秘书认证考试系列教材。其中《商务秘书理论与实务》作为全国商务秘书专业资格考试培训教材，在四年多的考试培训实践中，发挥了积极作用，为社会培养了一批高素质的商务秘书人才。由于该书出版时间已近五年，国家的经济体制、市场环境以及企业的经营运作理念、管理架构、管理实践等都有了较大变化，因此，全国商务秘书专业资格考试办公室、全国商务秘书专业资格考试培训教材编委会组织专业教师对该书进行了修订。

《商务秘书理论与实务》（第二版）体系更为科学完整，内容更为丰富实用，既可作为商务秘书专业资格考试的培训教材，也可作为高等院校的教学用书，还可作为从事商务秘书活动的社会青年的自学用书。希望通过商务秘书专业资格培训与考核，为社会培养出大批符合时代需要的职业化、现代化、国际化的高素质商务秘书人才。

通过董宣、张同钦及其编写团队的辛勤努力，本教材的修订工作才得以顺利完成，在此谨向他们致以衷心的感谢。同时，对支持这项工作的中国人民大学、北京第二外国语学院、山东财政学院、华南师范大学、河南财经政法大学、加拿大（中国）北仑电子有限公司商务部等单位致以衷心的感谢。

全国商务秘书专业资格考试办公室  
2010年7月

# 前 言

近几年来，国际金融危机的蔓延导致全球经济衰退，国际国内经济形势都日益发生着迅速而深刻的变化。随着我国经济体制改革的不断深入，转变经济增长方式的需要日益迫切，随着社会主义民主政治建设的推进和依法治国方略的实施，随着科学技术特别是信息技术的快速发展，各级各类工商企业普遍面临着新的机遇与挑战，他们的管理理念和管理方式也必须而且正在不断地更新与改进。

商务秘书及商务秘书机构作为工商企业管理决策层的综合辅助者的功能日益凸显，专业的商务秘书和商务秘书机构，是体现工商企业良好的人员素质、标准的现代化企业管理以及优秀的企业文化的重要窗口，也是确保企业在激烈竞争中制胜的战略资源之一。

现代商务秘书的角色职能必须尽快实现由事务型向智能型、单一型向综合型的转变，他们应当是集现代商务秘书专业理论、商务信息管理、项目活动管理、计算机应用操作、商务英语应用与传统文秘工作于一身，适应经济时代商务领域秘书工作发展趋势和要求的复合型人才。打造这样一支庞大的专业化、永业化的商务秘书队伍，是推进我国秘书职业化快速发展的重要目标之一。

开展科学规范的商务秘书专业资格考试，是实现我国秘书职业化快速发展目标的重要手段。全国商务秘书专业资格考试办公室、全国商务秘书专业资格考试培训教材编委会组织编写的《商务秘书理论与实务》（中国水利水电出版社，2006年1月第一版）作为全国商务秘书专业资格考试培训教材，在四年多的考试培训实践中，发挥了积极作用，获得了普遍好评。而在过去的五年里，国家的经济政策、市场环境以及企业的经营运作理念、管理架构、管理实践等都有了较大变化，有鉴于此，对《商务秘书理论与实务》进行改版也势在必行。在全国商务秘书专业资格考试办公室主导下，经编委会成员认真研究，进行了此次修订工作，主要有以下几个特点：

（1）调整编委会组织，进一步优化编写团队。

（2）注重吸纳近年来国内秘书学科及相关学科研究的最新成果，使该书的知识与能力模块体系更符合商务秘书专业资格考试的目标要求。

（3）注重商务秘书学科理论阐述与商务秘书工作实践的结合，通过设置“知识链接”环节进一步增强该书的可读性。

（4）注重采用有关工商企业管理最新的法律法规。

本书各章编写分工如下：张同钦：第一章；郑小平：第二章；陈世杰：第三章；任曼：第四章；龚文海：第五章；高利军：第六章；张方：第七章；董宣：第八章；余尚清：第九章；张衬：第十章；王卫东：第十一章；宋书印：第十二章。

希望通过我们的努力，能够给广大读者以切实有效的帮助。但由于商务秘书理论与实务体系庞大、内容繁复，书中难免有漏误欠妥之处，恳请学界同仁和广大读者批评指教。

编 者

2010年7月

# 目 录

序  
前言

第一章 商务秘书概述	1	三、公文处理程序	50
第一节 商务秘书与商务秘书工作	1	四、公文的写作	52
一、商务秘书及其分类	1	第五节 商务秘书事务工作	54
二、商务秘书部门	2	一、办公用品管理	54
三、商务秘书工作	4	二、电话事务	55
第二节 商务秘书的职能环境	8	三、机要保密工作	57
一、商务秘书职能环境	8	四、印章管理	60
二、商务秘书职能环境要素关系	9	五、值班工作	61
第三节 商务秘书工作方法	10	六、领导公务活动的安排	64
一、商务秘书工作方法与组织管理	10	第三章 商务文书	68
二、商务秘书专项业务与工作方法	12	第一节 计划	69
第四节 商务秘书的职业素养	14	一、计划的含义	69
一、商务秘书的职业道德与作风修养	15	二、计划的特点与种类	70
二、商务秘书的知识结构	18	三、计划的结构与写法	70
三、商务秘书的能力结构	20	第二节 总结	75
四、商务秘书的业务技能	21	一、总结的类型和特点	75
五、商务秘书的文化艺术修养	23	二、总结的写法与基本要求	80
第二章 商务秘书工作实务	26	第三节 简报	82
第一节 商务秘书与信息工作	26	一、简报的特点与作用	82
一、信息的收集与分类	26	二、简报的种类	83
二、信息的处理	29	三、简报的格式及写法	84
三、信息的传递、存储与检索	32	第四节 规章制度	86
第二节 商务秘书与会务工作	33	一、规章制度的含义与作用	86
一、会议及其作用	33	二、规章制度的种类与特点	87
二、会议活动中商务秘书的职责与任务	34	三、规章制度的内容及格式	88
三、会议文书工作	39	四、常用规章制度的写作要点	89
第三节 商务秘书与会展服务	40	第五节 市场调查报告	92
一、会展的秘书机构	40	一、市场调查报告的含义和特点	92
二、会展秘书的工作内容及服务要点	42	二、市场调查报告的种类	92
第四节 商务秘书与公文处理	45	三、市场调查报告的结构与写法	95
一、公文	45	四、注意事项	97
二、公文处理工作	48	第六节 合同文书	99

一、合同文书概述	99	二、生产管理	176
二、合同的写作	100	三、质量管理	177
三、经济合同的写作要求	100	四、营销管理	177
第七节 诉讼文书	103	五、物流管理	178
一、诉讼文书概述	103	六、财务管理	179
二、起诉状	103	七、人力资源管理	180
三、答辩状	104	八、企业文化管理	180
第四章 商务礼仪	108	九、现代企业制度建设	181
第一节 礼仪概述	108	第四节 企业管理新理念	182
一、商务礼仪内涵及特点	108	一、创新管理理论	182
二、商务礼仪的原则和职能	110	二、知识管理理论	183
第二节 商务秘书个人礼仪	112	三、软管理理论	183
一、商务秘书仪表礼仪	112	四、时间管理理论	184
二、商务秘书仪态礼仪	114	第六章 市场营销战略	186
三、商务秘书表情礼仪	118	第一节 市场营销概述	186
四、商务秘书服饰礼仪	119	一、市场的含义	186
第三节 商务秘书社交礼仪	123	二、市场营销的含义	186
一、交往礼仪	123	三、企业的营销管理观念	188
二、宴请礼仪	128	第二节 市场营销战略	191
三、涉外礼仪	138	一、什么是战略	191
第四节 商务秘书公务礼仪	139	二、战略的主要特点	192
一、接待礼仪	139	三、战略的基本准则	193
二、会议、仪式礼仪	142	第三节 制定营销战略的一般程序	194
三、通讯礼仪	145	一、明确营销目标	194
第五章 企业管理基础	149	二、对营销环境与条件进行分析	194
第一节 企业管理概述	149	三、制定市场发展战略	195
一、企业概述	149	四、确定目标市场及定位战略	196
二、管理概述	150	五、设计营销组合策略	197
三、企业管理概述	151	第四节 SWOT 分析与营销战略计划	197
四、企业管理基本原理的介绍	152	一、斯沃特分析法简介	197
第二节 企业管理职能	155	二、SWOT 分析的主要内容	197
一、决策	155	三、斯沃特分析法的实施	200
二、计划	159	四、制定营销战略计划	200
三、组织	161	第五节 目标市场营销战略	202
四、控制	166	一、市场细分	202
五、领导	168	二、目标市场选择	206
六、激励	172	三、市场定位	207
第三节 企业管理的内容	175	第六节 企业的竞争战略	210
一、企业战略管理	175	一、企业战略定位	210



二、企业市场竞争战略分析·····	210	四、员工绩效管理的主体·····	250
三、中小型企业市场竞争战略选择·····	212	五、员工绩效管理工作中直线管理者与 人力资源管理部门的分工·····	250
四、形成竞争优势的基本工作·····	213	六、员工绩效评估的方法和技术·····	251
第七节 市场营销新理念·····	215	第七节 员工激励·····	253
一、绿色营销·····	215	一、激励概述·····	253
二、体验营销·····	216	二、激励理论·····	254
三、事件营销·····	218	三、激励的基本原则·····	256
四、关系营销·····	220	四、激励的方式·····	258
五、病毒式营销·····	223	五、激励的技巧·····	258
第七章 人力资源管理·····	226	第八节 薪酬管理·····	260
第一节 人力资源管理概述·····	226	一、薪酬及其管理概述·····	260
一、人力资源含义·····	226	二、基础薪酬体系的设计·····	264
二、人力资源管理的基本概念·····	227	三、企业薪酬水平的确定·····	266
三、人力资源管理活动的功能·····	228	四、工资等级结构的确定·····	266
四、人力资源管理对于组织建立竞争优 势的作用·····	228	五、薪酬形式结构设计·····	267
五、组织中谁来从事人力资源管理·····	231	六、员工福利设计·····	267
第二节 工作分析——人力资源管理活动 的基础·····	232	第八章 国际贸易·····	269
一、工作分析概述·····	232	第一节 国际贸易概述·····	269
二、工作分析的开展·····	233	一、国际贸易的产生和分类·····	269
第三节 人力资源规划·····	233	二、国际贸易的作用·····	271
一、人力资源规划的目标、任务·····	234	三、国际贸易与对外贸易的统计分析 指标·····	272
二、人力资源规划的内容·····	234	第二节 国际贸易措施·····	272
三、人力资源规划的程序·····	234	一、关税措施·····	273
第四节 人员的招聘与甄选·····	236	二、非关税壁垒·····	276
一、招聘与甄选概述·····	236	三、鼓励出口措施·····	278
二、招聘·····	236	第三节 国际贸易术语·····	281
三、甄选·····	238	一、国际贸易术语综述·····	281
第五节 员工的培训·····	243	二、对主要贸易术语的解释·····	283
一、培训与发展概述·····	243	三、对其他贸易术语的解释·····	287
二、培训与发展的目的、作用·····	244	第四节 国际货物买卖合同·····	289
三、员工培训的原则·····	244	一、合同的基本条款·····	289
四、新员工培训——定向·····	245	二、合同的签订·····	301
五、老员工培训·····	245	三、合同的履行·····	304
第六节 员工绩效管理·····	246	第五节 WTO 及其基本规则·····	306
一、绩效管理概述·····	246	一、WTO 概述·····	306
二、绩效管理的重要性·····	247	二、WTO 关于货物贸易的基本规则·····	309
三、准确地界定绩效管理的内容·····	248	三、WTO 关于服务贸易的基本规则·····	313

四、WTO 关于知识产权保护的基本规则	315
五、中国加入世贸组织后经济及社会发展 的变化	317
<b>第九章 商务公共关系</b>	319
<b>第一节 概述</b>	319
一、公共关系的基本涵义	319
二、公共关系与人际关系的区别与联系	320
三、从事公共关系工作人员的职业素质 要求	321
<b>第二节 商务公共关系的主要职能</b>	324
一、组织形象塑造及其管理	324
二、协调关系	325
三、传播管理	325
四、教育引导	326
五、公关危机管理	326
<b>第三节 商务公共关系的主要公众对象</b>	328
一、内部公众	328
二、外部公众	329
<b>第四节 商务公共关系的主要沟通方式</b>	330
一、人际传播	331
二、大众传播	334
三、网络传播	336
<b>第五节 商务公共关系的活动程序</b>	337
一、公共关系调查	338
二、公共关系策划	340
三、公共关系实施	343
四、公共关系效果评估	344
<b>第六节 商务公共关系实务</b>	346
一、新闻传播	346
二、公关危机管理	348
三、演讲和主持	351
四、公共关系专题活动	353
<b>第十章 商务沟通</b>	356
<b>第一节 商务沟通概述</b>	356
一、什么是商务沟通	356
二、为什么要进行商务沟通	356
三、缺乏自信是阻碍沟通的最大桎梏	357
<b>第二节 商务沟通的途径及方法</b>	358
一、商务沟通的三种方式及注意事项	358
二、商务沟通的原则与技巧举要	360
<b>第三节 倾听与反馈的能力和技巧</b>	370
一、沟通中关键要认真倾听	370
二、有效倾听的技巧	370
三、通过倾听来了解客户的需求和愿望 举要	371
四、反馈及反馈技巧	372
<b>第四节 商务活动内部沟通技巧</b>	374
一、与上级沟通的技巧	374
二、与同事沟通的技巧	375
三、与下属沟通的技巧	376
<b>第五节 与客户沟通的能力与技巧</b>	378
一、如何与客户沟通	379
二、与客户的沟通能力技巧举要	380
<b>第十一章 商务谈判</b>	384
<b>第一节 商务谈判概论</b>	384
一、商务谈判的特征与功能	384
二、商务谈判的类型	387
三、商务谈判的方式	390
<b>第二节 商务谈判程序</b>	393
一、谈判准备阶段	393
二、正式谈判阶段	397
三、谈判结束阶段	400
<b>第三节 商务谈判的策略</b>	401
一、商务谈判策略的规划	401
二、商务谈判的开局策略	402
三、商务谈判中的报价与回价策略	406
四、商务谈判中的让步策略	409
五、商务谈判的时空策略	412
<b>第十二章 常用商务法规</b>	416
<b>第一节 商务法规概述</b>	416
一、商务活动与商务法规	416
二、法律基础知识	416
三、民法基础知识	418
<b>第二节 商务主体法律制度</b>	422
一、公司与公司法	422
二、有限责任公司	425
三、股份有限公司	432
四、公司董事、监事、高级管理人员的	

资格和义务 .....	437	二、合同的订立 .....	459
五、公司的合并、分立、解散和清算 .....	439	三、合同的履行 .....	462
第三节 物权法律制度 .....	442	四、合同的变更、转让和终止 .....	462
一、物权法概述 .....	442	五、合同的保全 .....	463
二、物权概述 .....	442	六、违约责任 .....	463
三、物权变动 .....	444	第六节 电子商务法律制度 .....	464
四、财产所有权 .....	445	一、电子商务法概述 .....	464
五、用益物权 .....	448	二、数据电文法律制度 .....	466
六、担保物权 .....	449	三、电子认证法律制度 .....	467
七、占有 .....	452	四、电子签名法律制度 .....	468
第四节 工业产权法律制度 .....	452	附录 1 商务秘书考试培训大纲 .....	472
一、工业产权与工业产权法 .....	452	附录 2 全国商务秘书专业资格考试试题架构 .....	474
二、专利法律制度 .....	453	附录 3 全国商务秘书专业资格考试商务秘书	
三、商标法律制度 .....	456	基础样题 .....	475
第五节 合同法律制度 .....	458	参考文献 .....	478
一、合同法概述 .....	458		

# 第一章 商务秘书概述

## 第一节 商务秘书与商务秘书工作

随着我国社会主义市场经济的深入发展,商务秘书与商务秘书工作在工商企业经营管理中的辅助管理、综合服务地位日益突出。

### 一、商务秘书及其分类

#### (一) 商务秘书界定

商务秘书(Business Secretary)一般是指在工商企业担任秘书职务的人员和这种人员的职务。从广义上讲,商务秘书就是在工商企业中为管理集体乃至某些个人服务的,或辅助上司决策,或从事文字工作,或从事行政和日常事务工作,或集多项工作于一身的人员。在狭义上,商务秘书就是一种职务名称。

商务秘书工作就是在工商企业中协助各级管理机构或管理者个人,为实施管理活动、实现管理目的而进行的日常执行和交办工作,以及其他秘书性质的工作。

#### (二) 商务秘书的分类

商务秘书分类的方法很多,这里仅从两个角度加以介绍。

##### 1. 按影响力和辅助作用划分

按商务秘书工作对上司工作辅助作用的大小和影响的深浅,可把商务秘书划分为深层、中层、浅层三个层次,并依此又把他们划分为高级、中级、初级三个等级。高级商务秘书,时常参与上层活动,有的本来就是管理集团成员。这类秘书已深入到上司管理决策全过程,深入到管理工作的核心,与上司工作和管理活动发生了极其密切的深层关系。中级商务秘书的工作与上司工作和管理活动有相当密切的关系,对上司决策和其他管理活动,都有或大或小、或深或浅的影响,并具有直接作用。初级商务秘书是一般事务性工作者,其工作虽是秘书工作的相当重要的部分,但同上司管理工作的关系是较为表面和浅层次的。

也有学者从商务秘书辅助决策及发挥参谋作用的角度,把秘书分为决策辅助层、技术操作层和决策执行层。

##### 2. 按智能特长划分

在大中型工商企业,商务秘书往往是一个群体,即按预定目标组织起来的秘书班子。依据商务秘书个体的智能特征进行分类,对秘书群体的优化组合,最大限度地发挥其整体效能,具有重要的指导意义,对促进商务秘书的专业化、技能化也将发挥举足轻重的作用。

(1) 参谋型秘书。指富有谋略,善于为上司出谋划策的秘书。他们既有较强的逻辑思维和分析判断能力,又有较高的处理、解决问题的能力,在纷繁复杂的事物面前,他们能迅速发现并抓住事物的主要矛盾,做出准确的判断,为领导决策提供切实可行的方案,适时地辅助上司进行正确的决策。

(2) 办事型秘书。指富有精明的头脑和丰富的办事经验,能够出色地完成上司交办的各种事项的秘书。他们头脑清晰,办事牢靠,管理有方,不管是面对头绪繁多的事项还是难于解

决的问题，都能有条不紊地进行处理，他们灵活机动的办事能力有效地维持着工商企业日常工作的高效运转。

(3) 公关型秘书。公关型秘书指具备公共关系基本理论和技能，并善于运用这些公关知识和技巧处理各种公众关系，与各种各样的人打交道的秘书。这些人通常负责办公室的对外联络工作，他们有良好的口才和交际能力，也有娴熟的办事技巧，在单位对外交往中，这些秘书人员起着重要的桥梁和纽带作用。

(4) 技术型秘书。指在某一专业领域内具有一技之长的秘书，如懂电脑、会速记的秘书。他们在单位一般从事专业性比较强的技术工作，如编写、制作、保管各种技术资料，处理各种数据和文字信息，负责会议记录等。

(5) 秀才型秘书。指具有良好的语言文字修养，擅长写作各种文稿的文字秘书。他们主要负责办公室各种文字稿件的撰写工作，是单位的“笔杆子”。这些人不仅承担办公室的文稿写作任务，有时还要帮助上司起草、润色讲话稿，而且，他们大多写得一手好字。

(6) 综合型秘书。指没有特别突出的专长，但能应对各项工作的秘书，即俗称的“万金油”式的秘书。他们虽然没有上述秘书的专长，但对单位一般的秘书工作却能应对自如，对上司交办的事项也能较好地完成。秘书工作内容繁杂，不仅需要专长的秘书，也需要综合型的秘书来维持秘书工作的正常运转。

## 【知识链接】

### 商务秘书类别细分

文员秘书：提供档案整理、收集信息、文件归档、整理资料、协助打印、接听电话、来访接待等服务。

翻译秘书：提供所需语种的随同翻译、文字翻译、会议同声翻译等翻译服务。

礼仪秘书：提供庆典、发布会、洽谈会、交流会、研讨会、会展等活动的礼仪、迎宾服务。

公关秘书：提供参与谈判、促成合作签约、客户接待、宴请安排等公关服务。

接待秘书：提供商务宴请、休闲旅游的安排和应酬等接待服务。

商旅秘书：提供旅游或商务活动的咨询、带路、讲解、酒店机票预定和安排等商旅服务。

促销秘书：提供产品和形象的专业广告促销、宣传、咨询、市场调查、业务推广等促销服务。

文案秘书：提供公文拟写、商务活动策划等文案服务。

财务秘书：提供代理记账、申报纳税、财税咨询、常年税务顾问等财务服务。

信息秘书：提供商务活动的咨询、联络、安排、陪同等协理服务。

政务秘书：提供涉及工商税务、党政机关、军警政法等事务的公关和疏通服务。

安全秘书：提供人身、财产等安全保护服务。

## 二、商务秘书部门

### (一) 商务秘书部门的设置

商务秘书机构是工商企业构成因素中的一个综合性辅助管理部门。是否需要设置专门机构，它的组织形式和人员配备如何，主要取决于工商企业经济活动的实际需要。

商务秘书机构具有相当稳定性的常设机构和临时性机构两种情况。临时性秘书机构是为一些大型活动（如大型商贸洽谈会、商品展销会等）的需要而组建的，待其所承担的特定使命完成后，即予撤消。下面讨论的是常设商务秘书机构。

### 1. 综合性秘书部门

这类秘书部门大多由国有大中型企业和其他大型公司设置，对管理中枢集体负责，全面掌管企业内部的行政管理事务，同时负责对外宣传和联络，开展公关事务，兼有辅助上司的业务工作。其名称多为“集团办公室”、“公司办公室”。

此类秘书部门也普遍存在于规模较小的公司企业，部门人员较少，工作综合性强。其名称多为“办公室”、“文秘室”或“值班室”。

### 2. 职能性秘书部门

这类秘书部门大多由公司企业作为行政办公室来设置，与其他专门性业务办公室相并列，其工作面相对集中。主要负责公司企业内部行政及相关事务，处理临时性工作任务；必要时参与职能部门间关系的协调，或配合其他部门合作开展工作。其名称多为“经理办公室”、“厂长办公室”。

### 3. 秘书办公席位

此类情况较多存在于小型公司企业，实际是不设置严格意义上的秘书部门，只设置一个值班秘书办公席位，工作的综合性也很强。其名称多为“经理秘书”，也有的称为“前台”。

### 4. 总经理助理和股份制企业董事会秘书

以上机构框架难以涵盖的还有一种商务秘书，即总经理助理和股份制企业董事会秘书。他们是现代企业制度下的产物，属高级管理人员。

董事会秘书作为专业人士，在公司治理中发挥着重要作用。在董事会秘书现有的职责中，很多都是保障公司治理准则的实施，比如帮助上市公司董事、监事、高级管理人员了解法律法规、公司章程、股票上市规则及股票上市协议对其设定的责任；根据董事会要求，参加组织董事会决策事项的咨询、分析，提出相应的意见和建议；受委托承办董事会及其有关委员会的日常工作；为强化公司董事会的战略决策和导向功能，董事会秘书应确保公司董事会决策的重大事项严格按照规定的程序进行。

## （二）商务秘书部门的运转

商务秘书及其部门围绕上司管理工作的运转而运转。其职能具有高度的综合性，与其他职能部门之间有时互有交叉，因而，既不要随意超越自己的职责范围，又要与职能部门间搞好协调与配合。

对商务秘书部门能否正常运转产生影响和制约的因素很多。从秘书部门自身的角度来说，要优化其运转机制，需要特别注意以下几点：

### （1）优化组织结构，增强整体功能。

优化组织结构，就是要将秘书部门的人员构成调配到科学、合理、适用的状态。这里需认真考虑年龄、性别、专业特长、个性特征等重要因素，使秘书部门拥有熟悉政务的通才、善办事务的杂家、长于思考的参谋、快笔成文的秀才，以及能使用和维护现代办公机具的能手，从而实现整体大于部分之和的整合功效。

### （2）优化工作目标，明确辅助重点。

这里包含两层意思，一是要在明确服务对象工作重点的前提下，确定秘书部门阶段内的辅助重点；二是依照岗位分工和个人特点，明确个人的阶段辅助重点。

### （3）优化工作环境，力争主动服务。

秘书部门的工作环境有内部与外部之分。前述组织结构即属内部环境的重点，此外还包括办公设备等内部硬环境因素。外部环境包括所在工商企业的领导班子、职能部门和广大员工，以及本企业所处的外部大环境。秘书部门务必通过主动服务、优质服务，摆正位置、谨

慎协调，搞好各种关系，创造出良好的内外工作环境。

## 【知识链接】

### 一个优化的秘书团队应具备的要素

#### 1. 共同的目标

秘书工作从总体上看具有一定的被动性，但同样需要具有较强的目标意识。团队成员之间彼此合作实现目标，这是构成和维持团队的基本条件。团队必须是先有目标，团队的目标高于团队成员个人总和的认同感。这种认同感为解决个人利益和团队利益的碰撞提供有意义的标准。正因为团队目标的存在，也才使得团队成员在遇到紧急情况、面临失败风险等情况下全身心地投入，统一思想，形成合力。

#### 2. 相互合作，彼此认同

团队成员的个体素质，是做好秘书工作的重要因素。但是，在一个秘书团队中要求每个成员是全才、通才是不现实的，要求成员精通各个领域的知识也无法做到。只有把各种不同素质的成员组合成团队，组合成一个优化的团队，才能产生一加一大于二的奇妙作用。并且，成员之间在行为心理上相互作用，直接接触，彼此相互影响，彼此意识到团队中的其他个体，相互之间形成了一种默契和关心。不论何时，不论需要怎样的支持，人员之间都互相给予，而且他们也总是彼此协作，共同完成所需要完成的各项工作，使人员产生情感上的认同感。只有这样，才有助于任务的完成、效率的提高以及集体意识的形成。

#### 3. 责任心

真正的团队，成员都要有明确的责任意识，共同分担在达到共同目的时的责任。变“让我负责”为“我要负责”。这一关键性的转变，表明我们自己对团队的承诺，也表明团队对我们的信任。良好的团队精神由此而形成。

#### 4. 学习精神

在“知识爆炸”、全球经济一体化步伐加快的今天，竞争日益激烈，技术进步一日千里，社会变化日新月异。团队要想生存和发展，其学习的速度必须等于或大于其环境变化的速度。因此，形成“学习型”秘书团队，以适应迅速发展变化的社会已成为时代的必须。优化的现代秘书团队，应该是具有学习精神的团队。

## 三、商务秘书工作

### （一）商务秘书的基本职能

商务秘书及其部门的基本职能，指的是根据工商企业的管理目标和工作需要，明确赋予它的职责与权限，具有一定的规范性、明晰性和相对稳定性。不同领域、不同层次秘书部门的职能，可能侧重有所不同。综合而言，其基本职能可概括为：

#### （1）办理文书职能。

办理文书是工商企业的一项经常性与基础性的工作，也是秘书部门的传统职能。办理文书的职能主要可分解为：依上司意图撰制各类公务文书；文书处理工作，包括收文与发文两大系列；档案管理工作；与办文相关的信息工作。

#### （2）信息管理职能。

现代企业经营与管理，可被视为一个系统的动态管理过程，这个过程包含两种性质的运动，即“物质流”和“信息流”的运动。信息系统是现代企业经营管理的神经系统，对信息进行科学的收集、加工、传递、存储、利用，有效地利用反馈信息进行自我审视并促进自我调整，是企业经营管理的关键。信息作为现代管理决策的依据和基础，商务秘书工作的信息收集、加工、传递与信息反馈作用，直接影响着领导层管理决策的效率。

### (3) 督促检查职能。

督促检查，是上司赋予秘书及其部门的一项重要职能。督促检查工作，是实施管理，特别是决策管理过程中极其关键的环节。开展有效的督查，是贯彻落实有关政策指令，实现管理目标的必要保证。

### (4) 综合协调职能。

秘书部门的综合协调职能，是由上司授权、自身工作性质以及部门所处位置所决定的。秘书部门在管理框架中所处的位置，通常在各种利害矛盾和政策矛盾关系的交汇点，近身领导，业务综合，它所代表的往往是整体利益而不是某个局部利益，也就自然成为最适合协助上司搞好综合协调的部门。

### (5) 后勤保障职能。

后勤保障职能，是秘书部门保证管理中枢正常、高效运转的一项重要职能。其工作范围很宽泛，主要有部门财务管理、物资设备管理、房产管理、基本建设管理、医疗保健管理、环境管理、车辆管理、资产与产权管理、职工生活管理、安全管理、职工福利与文化生活管理等。

### (6) “不管部” 职能。

商务秘书及其部门为上司管理工作拾遗补缺，是“不管部” 职能的集中体现。秘书部门工作的全面性、综合性和相对超脱性，决定了它可以成为处理“不管” 事务的最佳部门。

需要拾遗补缺的事务是“有限无穷” 的。所谓有限，是指它不得超越本级领导的职责范围，不得代替其他职能部门行使职权；说它无穷，是指具体的事务可大可小，可能很多，秘书部门应将其视为分内之事。

## 【知识链接】

### 某集团公司总经理秘书岗位职责

1. 负责总经理的办公服务工作；
2. 负责组织撰写或校对以公司名义上报、外发的综合性的文字材料；负责组织起草总经理会议材料；
3. 负责公司文秘业务指导；
4. 负责公司办公会的有关事宜，并办理会议议定事项；
5. 负责督促、检查、催办上级批件，公司领导批件及总经理办公会议议定事项的办理工作；
6. 负责办理人大代表建议、批评、意见或政协委员提案的办复；
7. 协助办公室主任做好年度工作会议的文字材料起草和会务工作，参与组织接待工作，以及综合会议的会务工作；
8. 负责纪录、整理总经理办公会议纪要；
9. 记好大事记；
10. 负责文书收发、运转，检查、指导有文档工作的业务管理，负责保密工作；
11. 负责群众来信、来访的接待、办复工作。
12. 完成领导交办的其他工作。

### 某科技发展有限公司秘书工作职责

1. 安排以及协调各种内部会议及外部会议，及时更新公司的日程安排；
2. 协助公司整理和制作相关会议文件和资料，如演示稿的制作和准备等，并做好相关会议记录；
3. 协助公司处理日常往来文件工作；



4. 建立和各部门之间的良好沟通以及协调各类相关事务；
5. 根据公司的要求起草对外商务公函；
6. 日常秘书行政工作、票务及酒店预订等，以及区域会议的秘书性事务处理；
7. 配合公司妥善处理紧急突发事件；
8. 完成公司布置的其他事务性工作。

## （二）商务秘书的深层职能

商务秘书的深层职能，主要指的是其对上司工作的参谋辅助职能。

秘书参谋是秘书人员近身围绕领导者为其进行有效决策管理而直接、综合、及时提供智能辅助的一种秘书职能活动。它和独立于参谋对象的参谋组织以及社会组织内部专设参谋机构相比，在职能内涵及运作特征方面都有显著的不同：它是一种近身、综合的参谋辅助，也是贯穿于领导管理活动全程的参谋辅助。

### 1. 秘书参谋是现代企业领导的现实需要

领导者最为实质的管理职能以决策管理为基本内涵。

在现代社会，领导的决策行为日益发生着显著的变化：决策活动由仅靠个人及个人有限的知识、智慧与积累来拍板定案的传统经验决策，迅速地向现代科学决策转变；由个人决策向群体决策转变；由单纯定性决策向定性和定量决策相结合转变；由单目标决策向多目标综合决策转变。由此而带来的另一个必然的变化，就是决策功能由领导者绝对的决策主导，向相对强化的参谋辅助延伸。也就是说现代领导者要真正进行科学决策，必然要更多、更开阔地借助包括秘书在内的参谋智囊人员的参谋咨询作用。

### 2. 参谋是秘书的深层职能

秘书参谋，属于秘书部门及秘书人员更为重要的秘书工作和深层的职能活动。秘书参谋的价值，在于针对领导者以决策为核心的高层次管理，主要补充延伸和放大完善领导指挥全局的智力及能力，其实际作用渗透潜在在领导者的核心管理工作之中，并通过领导者显性的管理施加于整个系统。显然，作为秘书深层辅助基本形态的秘书参谋，比诸事务辅助，对领导者和整个系统的影响，要显得更见深刻，也更重要。

秘书参谋辅助与事务辅助构成秘书的两大基本职能，二者相互交叉、渗透。秘书参谋多以事务辅助为基础，要通过事务辅助形式才能有效完成；而有效的参谋辅助，当会带动和促进事务辅助，推动整体秘书工作的发展。

### 3. 秘书参谋的原则

#### （1）明确角色定位，不失职不越权。

在方位上，秘书是在领导近身发挥综合性参谋助手作用的工作人员；在组织管理中，秘书是领导者的下级执行者和实际服务者，是上司与员工之间和各部门之间的沟通协调者。秘书从事参谋辅助和事务辅助就是从这一角色地位出发的。准确把握自身的角色定位，是秘书人员做到尽职不越位的前提。

不失职不越权是对秘书参谋行为的客观要求，也是准确把握秘书角色定位的体现。尽职不越位，既包含着守职、尽职、守纪、守规的规范要求，又意味着必须根据领导工作需要，主动地在参谋方面辅助和补益领导工作。

#### （2）明确参谋定位，谋而不断。

秘书参谋活动的定位，是秘书角色定位在其参谋活动领域里的定位，它实际上包含在秘书角色定位之中。准确把握秘书参谋定位，有利于秘书在参谋这一活动领域里，较为准确地把