

C O M P A N Y

一套根本解决中国私营公司运营发展的书

科博斯

KERBOS

科博斯管理丛书

私营公司必备文案制度表格

MANAGEMENT TEXT SYSTEM MODEL FOR PRIVATE ENTERPRISE

「私营公司」 企 划 管 理 「文案制度表格」

■ 实用 权威 全面 新颖 系统 ■

科博斯企业管理研究中心 / 编



随书附光盘

中国和平出版社

ZHONGGUOHEPINGCHUBANSHE

C O M P A N Y

F276.5

3



科博斯管理丛书

私营公司必备文案制度表格

MANAGEMENT TEXT
SYSTEM MODEL
FOR PRIVATE ENTERPRISE

「私营公司」
企 划 管 理
「文案制度表格」

科博斯企业管理研究中心 / 编



随书附光盘

中国和平出版社

ZHONGGUOHEPINGCHUBANSHE

222715

图书在版编目 (C I P) 数据

私营公司必备文案制度表格/科博斯企业管理研究中心编. —北京: 中国和平出版社, 2003.10

ISBN 7-80154-067-0

I. 私… II. 私… III. 私营企业—企业管理—表格 IV. F276.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 078090 号

私营公司必备文案制度表格

私营公司企划管理文案制度表格

科博斯企业管理研究中心/编

出版发行: 中国和平出版社

(北京市西城区鼓楼西大街 154 号 邮编: 100009 电话: 84026019)

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京普瑞德印刷厂

开 本: 800 × 1010mm 1/16

字 数: 400 千字

印 张: 190

版 次: 2003 年 10 月第 1 版

印 次: 2003 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-80154-067-0/G·061

全套定价: 290.00 元 (本册: 58.00 元)

本书如有质量问题, 由经销店负责调换

前 言

“世界潮流，浩浩荡荡，顺之者昌，逆之者亡”，市场经济浪潮20年来引发了中国私营企业百舸争流的场景。个体解放的游戏规则使许多胆大之士洗脚上田操办家庭作坊从而成为一代企业家，许多舍弃铁饭碗体制的人另起炉灶，拥有了自己的企业。经历过屡次政治和经济的论争，私营企业终于被确认为国民经济的“重要组成部分”，长期以来困扰私营企业的阴影被从此驱散，私营企业迎来了本世纪最后一次发展机会。

然而，私营企业的成长并不是那样平坦。在市场经济体制不断完善，改革开放日益深入的今天，经济全球化正在步步逼近，信息交流和信息处理能力在经济管理工作中起着越来越重要的作用。特别是互联网在企业管理中的广泛利用，企业间的竞争已经不再局限于国内企业之间，而是与狼共舞。私营企业在这样巨大的国际环境下，不免显得有些捉襟见肘，但尽管在如此激烈的竞争中，大浪淘沙后总有那么一些私营公司的业务始终稳步发展，规模不断扩大。他们到底拥有什么样的“法宝”，以至于在激烈的市场竞争中稳立足、快发展、击败强大的竞争对手而实现企业的持续成长呢？答案只有一个：完善管理。

在经过对大量国内成功私营企业的悉心研究后，我们策划了本套丛书，旨在让那些始终坚持不懈的私营企业搭好这趟高速列车。本丛书在创作过程中精选了国内大量成功私营企业的管理制度、表格，涵盖了企业经营与管理的每一个层面与具体运用规程，将大量管理工作系统化、规范化、科学化、标准化。使繁琐变得简单、杂乱变得有序、迟缓变得高效。同时也将抽象的企业管理理论蕴涵到科学具体的操作制度中，简洁、直观、实用、重点突出，构建了一套现代企业管理所需要的规范文案、制度、表格。

本丛书针对各类私营公司的管理，具有很强的操作性、广泛的应用性和极具参考的权威性，其内容参照国际上流行的最新标准，贴近日常管理实际，可直接仿照范例来制定和完善本企业的操作制度、表格。另外，为了最大限度的为私营公司提供更为便捷的服务，本丛书还附赠光盘，企业可根据情况随意下载、修改、打印，可大幅度地提高企业的工作效率。

在编写过程中，尽管我们殚精竭虑，慎择约取，但也难免有不当之处，在此我们恳请广大读者不吝赐教。

最后，祝愿所有渴望成功的私营企业一路走好，未来的辉煌永远是属于你们的！

科博斯企业管理研究中心

目 录

第一章 私营公司战略企划管理 / 1

私营公司战略企划是指企业为实现其经营目标而采取的基本策略，其中主要包括拟定和评价各种方案的过程以及选择最优方案的过程。私营公司战略企划是企业战略思想的主要内容，它是企业为实现远景目标而进行的系统性规划。现代企业要想在激烈的市场竞争中占有一席之地，并在此基础上有所发展，就必须具有全局性、长远性的战略企划管理。

一、私营公司战略企划管理文案 / 1

1. 战略企划书 / 1
2. 经营目标 / 13
3. 经营方针 / 16
4. 经营计划书 / 17
5. 创业计划书 / 26
6. 环境调查报告 / 35
7. 商务谈判方案 / 37
8. 业务整改方案 / 39

二、私营公司战略企划管理制度 / 50

9. 战略企划管理制度 / 51
10. 经营目标制定规程 / 60
11. 经营计划制定及管理规定的规定 / 64
12. 经营计划制定规则 / 66

三、私营公司战略企划管理表格 / 68

13. 总体战略规划表 / 68

14. 中长期战略规划表 / 69
15. 年度经营目标规划表 / 70
16. 战略企划目标体系规划表 / 71
17. 竞争战略对策表 / 73
18. 战略转移方式表 / 74
19. 市场战略选择表 / 75
20. 市场战略分析表 / 76
21. 销售战略计划表 / 77
22. 投资战略分析表 / 78
23. 经营管理战略诊断表 / 79
24. 战略企划内部要素分析表 / 81
25. 战略企划外部要素分析表 / 82

第二章 私营公司营销企划管理 / 83

私营公司营销是企业通过市场调研, 对企业市场营销过程中的各个步骤进行总体策划, 从而使企业的服务或产品能够尽快被市场认知和了解, 进而确保企业目标的顺利实现。

一、私营公司营销企划管理文案 / 83

1. 市场营销计划书 / 83
2. 市场销售计划书 / 87
3. 市场促销宣传策划书 / 91
4. 市场推广方案 / 95
5. 市场调查报告 / 98
6. 市场调查问卷 / 103
7. 市场决策报告 / 122
8. 市场调查计划书 / 124
9. 市场调查预测报告 / 130
10. 市场动态分析报告 / 136

二、私营公司营销企划管理制度 / 137

11. 行销方案规划准则 / 137
12. 年度销售计划管理制度 / 139
13. 年度销售计划纲要 / 141
14. 年度销售总额计划编制办法 / 143

- 15. 年度营业方针和计划要点 / 145
- 16. 销售促进计划管理制度 / 147
- 17. 促销计划编制要点 / 149
- 18. 销售额计划编制办法 / 150
- 19. 销售目标管理办法 / 152
- 三、私营公司营销企划管理表格 / 153
- 20. 消费者情报分析表 / 153
- 21. 竞争对手分析表 / 154
- 22. 营销成本分析表 / 155
- 23. 市场开拓调查表 / 156
- 24. 新产品销路调查判定表 / 157
- 25. 市场需求总量调查估计表 / 158
- 26. 年度销售总额计划表 / 159
- 27. 目标市场策略选择表 / 160
- 28. 营销产品定价分析表 / 161
- 29. 营销产品定价策略表 / 162
- 30. 营销产品报价申请表 / 163
- 31. 业务投标估价结果报告表 / 164
- 32. 促销成效分析表 / 165
- 33. 促销活动评价表 / 166

第三章 私营公司广告企划管理 / 167

广告有利于提高企业知名度和美誉度,对于增强企业竞争力和扩大企业市场占有率具有极为重要的作用。广告企划是确立广告目标,进行广告预算、决定广告方式等一系列广告效果评价的有机过程。广告企划工作是广告工作的核心,也是整个企业战略规划的核心。

- 一、私营公司广告企划管理文案 / 167
- 1. 广告策划书 / 167
- 2. 广告实施计划书 / 187
- 3. 广告宣传活动策划书 / 191
- 4. 电视广告文稿 / 197
- 5. 广播广告文稿 / 203

6. 诗歌体广告文稿 / 208
7. 对联体广告 / 212
8. 歌曲体广告 / 214
9. 故事体广告 / 216
10. 说唱体广告 / 218

第四章 私营公司公关企划管理 / 222

良好的公关企划活动不仅能为企业树立良好的形象，而且能改变企业以往的不良形象，提高企业的知名度和美誉度。本章就私营公司公关企划等内容进行有重点、有层次的介绍。

一、私营公司公关企划管理文案 / 222

1. 公关调查书 / 222
2. 公关企划书 / 224
3. 公关人员素质测定书 / 226
4. 公关人员资格鉴定书 / 229
5. 公关危机处理书 / 231
6. 公关危机事件处理书 / 234
7. 公关评估报告 / 236

二、私营公司公关企划管理制度 / 240

8. 公关企划管理制度 / 240
9. 公关企划实施准则 / 244
10. 公关企划效果评估办法 / 246
11. 危机公关管理制度 / 246

三、私营公司公关企划管理表格 / 250

12. 行业认知度评估表 / 250
13. 竞争对手公关实力调查表 / 251
14. 舆论比较分析表 / 252
15. 公共关系稳定性判断表 / 253
16. 公关目标管理表 / 254
17. 公关工作计划表 / 255
18. 公关计划检查表 / 256
19. 阶段性公关调研规划表 / 257
20. 公关调研选择方式规划表 / 258

- 21. 企业形象要素分析表 / 259
- 22. 公关企划预算表 / 260
- 23. 公关会议年度实施计划表 / 261
- 24. 公关沟通审核表 / 262
- 25. 公关人员目标管理能力评定表 / 263
- 26. 公关业务改善表 / 264
- 27. 公关部门综合工作评定表 / 265

第五章 私营公司 CI 企划管理 / 266

企业形象是企业的第一资源, 成功企业都具有良好的企业形象设计。CI 企划就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, 特别是视觉传达的设计。CI 企划是塑造企业形象, 获得竞争优势的有力手段, 也是消费者识别企业和企业向社会展示风采的桥梁。

一、私营公司 CI 企划管理文案 / 266

- 1. CI 调查计划书 / 266
- 2. CI 企划发展战略报告 / 268
- 3. CI 理念系统报告 / 270
- 4. CI 策划书 / 270
- 5. 经营理念说明书 / 278
- 6. CI 企划管理手册 / 279
- 7. 开业庆典策划书 / 281

二、私营公司 CI 企划管理制度 / 284

- 8. CI 企划规范管理制度 / 285

三、私营公司 CI 企划管理表格 / 287

- 9. 企业形象调查表 / 287
- 10. 内部形象评价表 / 288
- 11. 内外讯息识别评估表 / 289
- 12. 外在形象识别评价表 / 290
- 13. CI 企划规定性调查设计表 / 291
- 14. CI 企划定量调查设计表 / 292
- 15. CI 系统调查表 / 293
- 16. CI 设计开发可行性分析表 / 294

- 17. CI 系统建设规划表 / 295
- 18. CI 调查报告重点项目表 / 296

第六章 私营公司经营企划管理 / 297

经营企划是为实现企业的经营方针,使企业能迅速适应内外环境变化,准确地预测并规划未来行为,进而对这些行为进行安排和落实的总体性计划。加强企业经营企划文案的管理,对企业实现自身目标,具有重要意义。

- 1. 管理咨询报告 / 297
- 2. 管理诊断报告 / 300
- 3. 长期经营计划书 / 304
- 4. 年度经营计划书 / 321
- 5. 可行性研究报告 / 335
- 6. 生产项目可行性研究报告 / 337
- 7. 股份制改组改建可行性研究报告 / 342

第七章 私营公司品牌企划管理 / 346

随着世界经济的高速发展,全球经济一体化的趋势更加明显。在这种市场大环境下,企业要生存,要发展,就必须拥有属于自己的品牌。品牌是企业生命力的源泉,对企业的发展有着至关重要的作用。本章就品牌企划、品牌认知度调查等文案作重点的介绍。

- 一、私营公司品牌企划管理文案 / 346
 - 1. 品牌企划书 / 346
 - 2. 品牌认知度调查报告 / 349
 - 3. 品牌广告策划书 / 353
- 二、私营公司品牌企划管理制度 / 355
 - 4. 品牌企划操作规程 / 355
 - 5. 品牌质量管理规程 / 357
- 三、私营公司品牌企划管理表格 / 361
 - 6. 品牌企划管理表格 / 361
 - 7. 品牌资源构成表 / 362
 - 8. 企业品牌产品形象分析表 / 363

9. 企业品牌标准化形象识别评估表 / 364

10. 企业品牌资产调查表 / 365

11. 企业品牌市场占有率评价表 / 366

第八章 私营公司人力资源企划管理 / 367

对现代私营企业来说, 人力资源的作用无论怎样评价都不为过。选用最适合本企业的人才, 激活人力资源各要素, 将员工价值最大化, 是每一个现代私营企业都渴望实现的梦想。

一、私营公司人力资源企划管理文案 / 367

1. 人力资源综合管理企划书 / 367

2. 人力资源绩效考评计划书 / 370

3. 人力资源薪酬管理计划书 / 372

4. 年度培训计划书 / 377

5. 员工培训计划书 / 378

二、私营公司人力资源管理制度 / 380

6. 人力资源企划操作规程 / 380

7. 人力资源绩效考核管理制度 / 382

8. 薪酬管理制度 / 387

三、私营公司人力资源企划管理表格 / 394

9. 员工培训规划表 / 394

10. 普通员工培训计划表 / 395

11. 员工培训成果检测表 / 396

12. 员工培训绩效调查表 / 397

13. 薪资核定标准表 / 398

14. 人力资源管理考评表 / 399

15. 员工变更工资申请单 / 400

16. 人力资源绩效改进计划表 / 401

第九章 私营公司商标专利文书 / 402

对于一个企业而言, 每开发一样新产品, 或营造出一个新的商标品牌, 都应向有关部门申请专利和商标, 否则, 该企业就不能独自拥有新产品、新商标的所有权。过去我们的企业对此往往不够重视, 但现在几乎所有的企业都有了这样的意识。申请商标

和专利必然涉及商标专利文书的写作，商标专利文书也因此成为一种重要的商务文书。

1. 商标注册申请书 / 402
2. 商标续展注册申请书 / 404
3. 注册商标更正书 / 405
4. 注册商标转让申请书 / 407
5. 补发商标注册申请书 / 408
6. 注册商标注销申请书 / 410
7. 专利申请书 / 411
8. 专利申请说明书摘要 / 415
9. 专利申请说明书 / 416
10. 说明书附图 / 418
11. 专利申请权利要求书 / 420
12. 代理人委托书 / 422
13. 专利实质审查请求书 / 423
14. 专利异议书 / 424

第十章 私营公司企划公关常用文书 / 427

企划公关常用文书是企业在进行企划公关活动时制作及使用的一种文书。企划公关常用文书类似于礼仪文书，主要包括答谢辞、欢迎辞、祝酒辞。本章进行有重点，有层次的介绍。

1. 欢迎辞 / 427
2. 答谢辞 / 428
3. 祝酒辞 / 429
4. 贺辞 / 430
5. 贺信 / 432
6. 感谢信 / 433
7. 介绍信 / 434
8. 开幕辞 / 435

第一章 私营公司战略企划管理

私营公司战略企划是指企业为实现其经营目标而采取的基本策略，其中主要包括拟定和评价各种方案的过程以及选择最优方案的过程。私营公司战略企划是企业战略思想的主要内容，它是企业为实现远景目标而进行的系统性规划。现代企业要想在激烈的市场竞争中占有一席之地，并在此基础上有所发展，就必须具有全局性、长远性的战略企划管理。

一、私营公司战略企划管理文案

1. 战略企划书



概念解说

私营公司战略企划书是企业对自身发展战略进行系统的、全面的、科学的统筹规划的书面材料。



编写要点

私营公司战略企划书通常包括以下内容：

- ①战略企划书的名称及企划者姓名。
- ②完成时间。
- ③明确的企划战略目标。
- ④战略企划的内容。
- ⑤预算表和进度表。
- ⑥战略企划实施场所。

⑦预测效果。

⑧参考文献及其他事项。



范文

生产战略企划书

众所周知,丰田公司是一家以生产汽车为主的国际知名企业。该公司首创发明了“看板管理”,在当今世界汽车行业激烈的竞争中取得绝对优势,改变了汽车行业的竞争格局。这种战略的实质内涵是有效地处理了“生产”和“交换”的矛盾,即“扩大品种”与“提高效率”之间的矛盾。丰田公司从而迅速崛起,把欧美企业逼得走投无路,甚至使一些一度占据优势的欧美大企业,也逐渐丧失了主动权。

一、看板管理方式的动因

看板管理的雏形,可以追溯到20世纪30年代末,迟至50、60年代,才最终确立其地位。在这以前,与宿敌日产公司相比,无论在产品品种上,还是在产量与成本上,丰田公司均处于劣势;采用看板管理之后,才扭转了局面。

当时,丰田面临的一个棘手的难题,是如何利用现有的生产设备,来扩大品种,以适应市场与竞争的需要。减少品种,扩大批量,从而降低单值成本,提高生产线实动工时,提高劳动生产率,一直是汽车行业的增长与发展模式。美国汽车工业亨利·福特在1908至1927年内,在江丹工厂设立的车型汽车流水生产线优势就在于此。

如今,市场竞争条件发展变化,谁能在现有的生产技术基础上,在现有汽车质量与成本基础上,增加花色品种,谁就能赢得优势。一些欧美企业,没能看到这一点,采取了削减品种的战略,生产经营状况日渐恶化。

但是,要想增加汽车的品种,现有的生产方式是极其不适应的,势必要减少批量,花费一定的“工程转换”时间,调整生产线;那么,生产线与工人,只能停工等待,这是一种“花费”。另外,为了顺利地“工程转换”,还要制定精确的作业计划与工作程序,而“在制品”必须入库保存,这将会大大增加转换、搬运、保管和管理费用,导致生产率下降,库存与成本增加。这是一种难以解决的问题。

二、看板管理方式的形成

大野领导的课题研究小组认为,只要能够减少“零件生产转换”与“车型生产转换”的“调整时间”,就能增加“生产线调整”的频率或次数,从而,就能达到增加“车型品种”的目的;提高生产率,增加连续开动的时间,以减少工人停工时间,部分抵消增加车型所带来的不利影响,并从车型增加中所获得的“竞争优势”与“推销好处”上获得补偿。

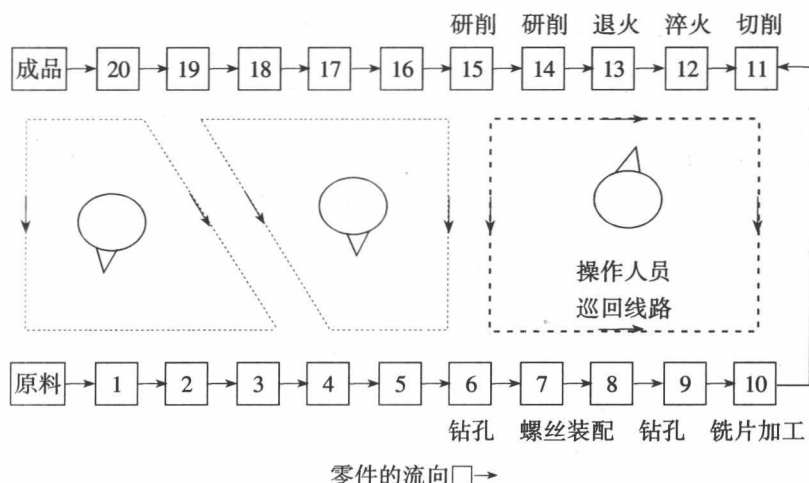
首先弄清楚“经济批量”。生产线调整所需要的时间越长,则批量成本就越高,这只能靠扩大生产批量来抵消成本的增加。降低生产线调整时间,无疑延长了生产线的实动工时,减少了每单位产品分摊的“调整费用”,这就可以缩小生产批量,为增加品种创造了条件。另一方面,减少批量,就可以减少库存量和库存保管时间,降低库存费用,反过来有利于进一步减少生产批量。

所以,这里的关键,是如何大幅缩短生产线调整时间,以及每批产品连续生产的时间,并提出了把每次产品转换、设备调整时间,降低到一分钟以内的具体目标。具体措施包括:重新布置机床和有关设备,以减少设备调整时间并减少库存;添置新设备,包括专用机械及备用机械,以减少转换时间;研制专门的工件工位器具,以减少存取时间;调整器具的存放位置,使器具的存放,靠近机床,以减少存取的时间等等。

减少生产线或设备调整时间,只是看板管理方式形成的第一步,远不是丰田公司生产方式的全部;充其量只能是“一种前提”,“一个组成部分”或“一种生产新方式的组合要素”。因此,属于“生产管理”范畴;但是,这种生产管理或作业管理的变革,使丰田公司看到“多品种小批量”竞争战略的出路,找到从根本上改变竞争格局的思路,即在低成本高效率基础上,与竞争对手展开“品种”上的较量。

丰田公司在达到“生产线调整时间”的目标之后,进一步确立“减少产品搬运量”的目标。孤立地看,减少“搬出搬进”,“搬来搬去”的时间和作业量,依然属于“生产管理”的范畴。也有资料表明,在锻造、加工、抛光、电镀与组装等部门,实际用于本工序作业的时间,只占总劳动时间的5—35%,其余40—50%的时间,耗费在材料的搬入和成品的搬出上。顺理成章,丰田公司进一步的目标,自然是减少搬运量和搬运时间;其具体措施,改变传统的工艺专业化原则,按对象专业化原则布置工作地与设备,把相关作业层可能地调整到一起,以减少来回搬运的作业量和时间。

这种生产作业过程的变革，意外地获得两种结果，一是减少了 $\frac{1}{3}$ 作业面积与堆放在制品的面积；二是物流加工过程变得更加有序且畅顺；从而为“多机床管理”提供了初始条件。所谓丰田式机床管理，其目的不在于提高机床使用效率，而在于提高工作效率。具体做法是，把机床呈 U 字形布置（见下图），机床与机床之间用可控传送装置加以连接，以减少搬运的人力。训练工人掌握多种多台机床的操作技巧，包括转换、调整与小故障排除等，工人的数台机床之间巡回操作，依次把加工工件装上机床、开动机床、卸下成品；机械加工完毕，则会自动关停，待工人巡回回来时再卸下。每个工人分管的机器台数和每次的加工时间，可以随时加以调整，以最大限度地提高工时利用率。



活塞生产线多机床管理体系示意图

至此，减少设备的转换调整时间，缩短生产间隔期，调整设备布置，以减少搬运量，以及多机床管理体系确立等等，使丰田公司发现工序之间的相互衔接、生产作业过程的有序性，乃是“效率”的来源，倘若增加品种、减少批量，仍然可以保持稳定的“生产秩序”，而不至于造成混乱。这样，“品种与批量”之间的矛盾，就可以在新的条件下达到“均衡”，使生产领域的变革，有了战略意义；使生产领域的变革，成为企业在市场上克敌制胜的关键。

能够找到一种管理方式，在减少转换调整时间，减少搬运量的技术基础上，保持生产工序之间的衔接、稳定与秩序，高效率的多品种小批量生产方式就可以确立。以往各道工序的作业计划，是隔一两个星期制订一次，仅这一项工作就得花费不少时间。而且，按照这种管理方式，难以把