

市场总监 企业主管 常见企业策划文案写作模版 《企划主管工具箱》

全国职业经理MBA双证班

认证系列：职业经理、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、企业培训师、营销策划师、酒店经理、市场总监、财务总监、行政总监、采购经理、企业管理咨询师、企业总经理、医院管理、IE 工业工程师等高级资格认证。

颁发双证：高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含 2 年全套学籍档案）

证书说明：证书附档案、电子注册，是提干、求职、晋级的有效依据

学习期限：3 个月（允许提前毕业，毕业后持续辅导 2 年）**收费标准：**全部学费 **1280** 元

咨询电话：13684609885 0451- 88342620 **招生网站：**<http://www.mhjy.net>

电子邮箱：xchy007@163.com **颁证单位：**中国经济管理大学 **主办单位：**美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效



职业经理 MBA 整套实战教程

MBA 经理教材免费下载 网址：www.mhjy.net

全国Mini-MBA职业经理双证班



精品课程 权威双证 全国招生 请速充电

你可能准备跳槽或者求职, 却为缺少行业经验和专业证书而被用人单位百般挑惕!

你可能目前衣食无忧, 但随着年龄的增长和社会竞争压力的增大, 因为得不到专业的全新培训而失去竞争的机会和面临被淘汰的危机。

美华教育携手中国经济管理大学面向全国举办迷你 MBA 职业经理双证书班, 毕业颁发双证书。

招生专业及其颁发证书

认证项目	颁发双证	学费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《物流经理》MBA 高等教育双证班	高级物流管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证毕业证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师高级资格认证证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	全国企业总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《IE 工业工程管理》MBA 双证班	高级 IE 工业工程师职业资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元



【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课：远程函授+视频光盘+网络学院在线辅导（集中面授）



【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业经理资格证书》；
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》；



【证书说明】

- 1、证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
- 2、毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，证书是学员求职、提干、晋级的有效证明。



【学习期限】 3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



【收费标准】 全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是经理人首选的学习方式。



【招生对象】

- 1、对管理知识感兴趣，具有简单电脑操作能力（有2年以上相应工作经验者可以申请提前毕业）。
- 2、年龄在20—55岁之间的各界管理知识需求者均可报名学习。



【教程特点】

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习：专家、顾问24小时接受在线教学辅导+每年度集中面授辅导



【考试说明】

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



【主办单位】

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育培训专家、教育协会常务理事徐传有教授担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】13684609885 0451--88342620

【咨询教师】王海涛 郑毅

【学校网站】<http://www.mh.jy.net>

【咨询邮箱】xchy007@163.com



【报名须知】

- 1、报名登记表格下载后详细填写并发送邮件至 xchy007@163.com (入学时不需要提交相片，毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)
- 2、交费后请及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】(请携带本人身份证到银行办理交费手续，部分银行需要查验办理者身份证)

方式一	学校地址	<p>邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室</p> <p>邮政编码：150020 收件人：王海涛</p>
方式二	学校帐号 (企业账户)	<p>学校帐号：184080723702015 账号户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校</p> <p>开户银行：哈尔滨银行中大支行 支付系统行号：313261018034</p>
方式三	交通银行 (太平洋卡)	<p>帐号：40551220360141505 户名：王海涛</p> <p>开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心</p>
方式四	邮政储蓄 (存折)	<p>帐号：602610301201201234 户名：王海涛</p> <p>开户行：哈尔滨道外储蓄中心</p>
方式五	中国工商银行 (存折)	<p>帐号：3500016701101298023 户名：王海涛</p> <p>开户行：哈尔滨市道外区靖宇支行</p>
方式六	建设银行帐户 (存折)	<p>中国人民建设银行帐户(存折)： 1141449980130106399</p> <p>用户名：王海涛</p>
方式七	农业银行帐户 (卡号)	<p>农业银行帐户(卡号)： 6228480170232416918 用户名：王海涛</p> <p>农行卡开户银行：中国农业银行黑龙江分行营业部道外支行景阳支行</p>
方式八	招商银行 (卡号)	<p>招商银行帐户(卡号)： 6225884517313071 用户名：王海涛</p> <p>招商银行卡开户银行：招商银行哈尔滨分行马迭尔支行</p>

可以选择任意一种方式缴纳学费，收到学费当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材、考试问卷以及收费票据。

常见文案写作

常见文案写作	1
第一节市场企划文案	5
一、经济计划范文	5
二、经济信息范文	6
三、经济广告范文	6
四、经济合同范文	7
五、报告范文	7
六、商情报告范文	8
七、预决算报告	9
八、市场调查报告范文	11
九、市场预测报告范文	12
十、可行性研究报告范文	14
十一、经济活动分析报告	15
十二、经济工作研究报告	19
十三、国际市场调研报告	20
十四、国际市场分析报告	21
十五、国际贸易代理合同	23
十六、股票上市公告书	26
第二节经营企划文案	30
一、营销策划	30
二、竞争策划	33
三、广告策划	34
四、广告创意方案	36
五、广告策划与代理协议	38
六、广告主题文案	39
七、企业兼并文书	42
八、经营决策报告	43
九、新产品开发计划书	47
十、新产品开发策划	51
十一、业务方案	52
十二、生产成本分析	54
十三、产销情况分析	54
十四、项目建议书	55
十五、产品促销企划书	56
十六、旅游营销策划方案	59
十七、政府商业策划方案	61
第三节管理企划文案	66
一、公司章程	66
二、股份公司年度报告	68
三、工程设计书	71
四、科技实验报告	72
五、零售事务处理方案	73
六、企业培训方案	76
七、企业财务状况分析与评价	78
八、招股说明书	80

九、产品说明书	86
十、专利请求书	89
十一、专利说明书	90
十二、说明书摘要	92
十三、权利要求书	92
十四、发明申报书	94
第四节商务企划文案	97
一、招标书	97
二、招标公告	97
三、招标章程	99
四、投标书	100
五、中标通知书	101
六、涉外招标通告	102
七、涉外投标申请书	103
八、商贸请示	104
九、商贸会谈纪要	105
十、国际商务谈判备忘录	106
十一、对外贸易谈判方案	107
十二、对外贸易谈判纪要	110
十三、函	111
十四、涉外商函	111
十五、招商说明书	113
十六、商务介绍书	113
十七、合作意向书	114
十八、索赔书、理赔书	115
十九、公关活动企划书	115

第一节市场企划文案

一、经济计划范文

××轴承厂 20××年生产经营计划

20××年，我厂经受了原材料、能源普遍涨价的考验，战胜了市场上竞争者的激烈挑战，夺取了建厂以来最好的经济效益。与去年相比，工业总产值增长×%，轴承全项合格率提高×%，钢材利率提高×%，利润总额增长×%，销售收入增长×%，资金利税率提高×倍。由此可见，我们的经济效益和产品质量都有了提高。但是我们在加强企业管理和提高产品质量方面还存在一些不足，有待于 20××年重点解决。

20××年我厂的经营方针是：首先，要把改革放在一切工作的首位。改革的方向必须坚持，改革的步骤必须稳妥，各项改革措施要相互配套和同步，结合我厂实际制定切实可行的改革总体方案，统一部署改革的具体内容和步骤，保证改革稳而不乱、协调发展。特别是实行经济承包以后，要配套搞好计划体制、价格体制、核算体制、统计体制和劳动工资制度的改革，形成一整套宏观控制和微观搞活有机结合的管理体制。企业对车间的管理逐步由直接控制为主转为间接控制为主，用经济手段和必要的行政手段管理经济。其次，要扎扎实实地搞好产品质量。产品质量是企业的生命，没有高质量的产品，企业就失去了活力。过去我们是年年提高产品质量，然而质量却没有明显的提高，原因就是缺少扎扎实实的实干精神。我们的技术力量并不弱，工程技术人员的水平也较高，如果充分调动他们的积极性，让他们承担一些课题和项目，明确责、权、利，许多问题就会顺利解决，产品质量也会立于不败之地。最后，要进一步抓好企业管理。管理是一种资源，管理中蕴藏着经济效益。企业整顿之后，我们的基础工作加强了，随着生产的发展，技术的进步，管理体制的变革，必须加强企业的管理工作，以适应新形势新任务的需要。

20××年我厂的经营目标是：……

为了实现上述目标，我们要发扬拼搏精神，克服种种困难，确保经营目标的实现。

今年，摆在我们面前的经济困难比往年还要严峻：……因此，要想取得××万元的利润，必须在去年的基础上多创××万元的效益，任务十分艰巨。故此，我们要求全厂干部、工人必须做到以下几点：

- 一、控制外购材料购进价（略）
- 二、节约原材料、燃料和动力（略）
- 三、充分利用人力，提高劳动效益（略）
- 四、搞好产品的生产销售和市场调查（略）
- 五、合理使用资金，加速资金周转（略）
- 六、坚持“两个文明”一起抓（略）

总之，在新的一年里，我们要开创新局面。我们要以国务院最近下达的《关于加强企业管理的决定》为指导，结合本企业的具体情况，认真贯彻落实，把企业管理好，为振兴轴承事业作出更大贡献。

二、经济信息范文

女式春装新潮经济信息

上海近来预测，女式春装 2010 年流行特点是：

- 1 造型别致，不强调女性的胸部曲线美，而充分显露女性的体态美，上宽下窄，腰部收束至臀部；
- 2 款式新奇，采取多层次，不对称的结构。
- 3 做工精细，采用皱褶工艺。
- 4 色彩明快，以明快的黄色为基调，搭配田园色及青、绿、蓝系列色调。
- 5 面料多样，有纯棉制品、印花品种等。

三、经济广告范文

山东沂蒙劳保用品总厂

征求白线手套、涂胶手套加工单位

山东省临沂市沂蒙劳保用品总厂是全省规模最大的生产劳动保护用品的专业厂家，产品远销东南亚地区。为满足出口计划，对外设立加工分厂，总厂提供中外合资最先进罗口手套直下机并附有电子计数器多用编织手套的功能，每台 1200 元，日产 240 副，回收价每副 0.98 元，包供原料，保价回收，确保 0.26 元的差额不变，技术培训费 200 元，可直接到加工厂方培训，失真包赔。同时根据部分厂家的请求，经总厂研究报请有关部门的批准对外传授白线手套涂胶技术，由总厂提供全配套红外线最新设备，包供涂胶化工原料，回收产品，确保利润差 0.30 元不变，负责全面技术培训，培训费 3000 元，每台设备分别为 18750 万元、22000 万元，性能稳定，日产分别为 4500 副、6000 副，回收价 1.53 元，以上合作由总厂承担运费，双方签订 3~5 年的法律公证合同，期满协商可续，失真本厂包赔。

山东省沂蒙劳保用品总厂

厂址：山东省临沂市临西一路××××××××××

直拨电话：××××××电挂：×××邮编：××××××

联系地址：临沂长途汽车站对面沂洲大厦××××××

联系人：×××

本报广告部忠告：接产方要周详研究双方的权利和义务后再签订合同，并进行法律公证，以保证双方的利益。

四、经济合同范文

蔬菜产销合同

××市蔬菜公司（甲方）

立合同单位

××镇郊场（乙方）

为了活跃城乡经济，发展蔬菜生产，保证城镇蔬菜供应，经双方协商如下：

1 乙方生产、供应甲方所规定的蔬菜产品。

2 除发生特大自然灾害外，乙方必须按照合同规定的蔬菜品种、数量和供应时间，分期分批送交到甲方收购站，甲方保证按货论价，不压级压价。

3 乙方必须按合同要求完成销售任务，在没有完成销售任务前不得将多余产品卖给他方，否则卖的钱款全部赔偿给甲方。

4 如遇特大自然灾害，乙方无力完成双方议定的合同，双方应派代表到现场观察鉴定，按损失程度减免赔偿，或由甲方给予乙方适当补助。

5 本合同由签订之日起生效，任何一方违背合同使对方蒙受损失，都要承担经济赔偿责任。

6 本合同一式二份，甲乙双方各执一份。

××市蔬菜公司（甲方）××镇郊农场（乙方）

（公章）代表：××（章）（公章）代表：××（章）

×年×月×日

附件：合同品种计划表（略）

五、报告范文

××医药公司关于药品积压霉变情况的报告

市医药联合总公司：

我公司结合企业整顿，开展加强质量管理工作，对公司所属批发部进行清仓核资。现将有关情况报告如下：

我公司下属 12 个批发部的仓库多年没有清理，许多药材由于长期积压，保管不善，已有部分霉变虫蛀，失去药用价值。有些早该销毁的，有的批发部由于怕影响资金提成而不肯销毁。药品积压不仅加大了仓容，霉变虫蛀的药品又殃及到其他完好的药品。经过初步清仓检查，已发现中药材霉变虫蛀的达 22 种，其中严重变质、虫蛀不能供药用的有 13 种，总值达 5 万多元。药品质量低劣，需削价处理的有 9 种，损

失近 3 万元。库存过大，已成滞销商品。需迅速推销的有 37 种，总值计 16 万元。这些药品多是 1998 年以前进的货，个别品种已积压 8 年之久。造成积压霉变的原因，初步分析主要有：不顾市场情况盲目进货；有些商品原以为市场紧缺，由于市场放开，供大于求，在经营上又未能根据市场变化尽快脱手；采购和仓库管理人员没有把好质量关。样品质量规格不符，未能及时退货；仓库管理混乱，规章制度又不健全，仓库管理人员不懂业务，只存不管或管理不善；有些领导对仓库管理情况也很少过问，发现问题也未及时采取措施处理。此外，有些批发部没有及时销毁，有关领导又不掌握原则，听之任之，也是造成积压的一个原因。

公司经过清仓核资，深刻认识到管理上应负的责任，认为有必要结合企业整顿在经营管理、购销、仓库管理等方面进行一次彻底的整顿。公司拟责成业务部、财务部制订仓库管理规则及采购员、营业员、仓管员工作守则，进一步改善仓库管理条件，完善规章制度，实行岗位责任制，将严重变质、失去药效的药品，分期分批予以报销，对尚能挽救的药品，组织力量，尽快处理。

×年×月×日

六、商情报告范文

关于装“盐城”、“东风”轮叶粒部分霉变情况的报告

总公司：

按照总公司的要求，我们对装“盐城”、“东风”轮叶粒的霉变情况进行了调查，现汇报如下：

向日本××株式会社出口的叶粒 40 吨，于 9 月装“盐城”、“东风”两轮运往××。该批货物中，25 吨系本市产品，发货前经检验，未曾发现霉变情况。15 吨系××省所发，因到货过迟，不及检验，到货便由车站运至码头直接装船出口。在装船时，该批到货中因包装破损而被剔除了 22 包。我们对这批剔除的货物逐包进行检验，发现个别包件确有霉变情况，据此估测，似未达到如客户所反映的霉变达 30% 的严重程度。

日本××株式会社经销我叶粒商品已有多多年，双方贸易关系良好。该株式会社过去为我产品进入日本市场做过一些工作，在以往的业务中，对我公司货物的品质一直满意。此次货物运到目的港口后被立即反映质量存在问题，并由“日本海事检定协会”进行检验，出具鉴定证明。因此，这批交货部分质量不符的问题拟应由我方承担。为避免再发生类似事件，我们现已采取了措施，加强收发货的检验工作。关于理赔问题，我们认为应根据实事求是精神，通过协商，予以合理的赔偿。特此报告。

××土特产品进出口分公司

×年×月×日

七、预决算报告

（一）概念

所谓预决算报告就是指国家机关、企事业单位或其他经济组织向财务主管部门或人民代表大会做的上年度预算和本年度预算草案的书面报告。

（二）特点

（1）综合性。预决算报告对单位和企业来说，它是国民经济执行情况和国家财政的综合反映，它是财务决算和财务计划的综合。所以说，它具有综合性特点。

（2）总结性。预决算报告是根据财政预算执行情况和上年度财务所作出的总结性报告。它可以总结上年度财务或财务工作的经验和教训，为本年度的预算支出做好合理的安排。

（三）作用

（1）预决算报告是国民经济执行情况和国家财政的综合反映。

（2）预决算报告是检查、监督预决算执行及其结果的重要形式。

（3）预决算报告是编报和分析下年度预决算的重要参考资料。

（四）种类

（1）预决算报告，是把决算和预算合二为一的报告。

（2）预算报告或决算报告，是指预算和决算单独分开书写的报告。

（五）预算报告和决算报告的不同内容

（1）预算报告的内容：

1）编制预算报告的指导思想、依据、原则和总收支状况，使用者对全年预算的总体概貌有所了解。

2）预算收支的安排情况。部分内容要具体、明确，要坚持量入为出、量力而行、收支平衡、略有节余的原则。

3）完成预算收支任务的措施、方法和要求，这是整个报告的核心部分。通过采取一定措施和方法，圆满完成预算收支任务必然通过诸如提高效益、加强管理、增产增收等措施以及科学、合理地调度资金，加强资金管理的方法等。

（2）决算报告的内容：

1）决算编制的目的、原则、依据和收支计划执行情况的概述以及基本评价。

2）各项收入和支出的完成情况，取得成绩的原因和所做的主要工作。

3）执行结果，存在的问题和今后的改进意见、努力方面。

（六）结构

预决算报告的结构一般包括标题、称谓、正文和落款四个部分。

1 标题

提交人代会审查的预决算报告，标题一般由报告单位、报告期限、报告内容和文种四部分构成。如“关于××（单位或地区）20××年预算执行情况和 20××年预算草案的报告”，并在标题下注明“在××会议上”和报告人单位、姓名和身份。向财务主管部门报告的预决算标题，一般以“××（单位）20××财务决算的报告”或“××（单位）20××年××预算初步安排的报告”等格式书写。

2 称谓

提交人代会审议的预决算报告，在标题左下方顶格写“大会主席团”或“各位代表”等。呈报财务主管部门的预决算报告，一般写上财务主管部门的名称，如“××财政局”等。

3 正文

正文一般由导言（前言）、主体、结尾三部分构成。

（1）导言。某级人民代表大会的预决算报告的导言部分，一般写报告人受哪级的委托，向大会提出什么内容，并提请大会给予审议和审查等；呈报财务主管部门的报告，主要写明报告的背景、依据、目的、时间和名称等。有时也在导言部分概述收支完成情况或作扼要评价。

（2）主体。主体是预决算报告的核心内容。本文以预算报告与决算报告合并写法为例。第一大部分一般为决算情况，即上年度预算执行情况，主要反映收支执行的具体结果、基本评价、完成或未完成预算的原因，及其预算执行中存在的问题等。第二大部分为预算情况，主要反映预算安排的指导思想、收支计划、任务要求、方法措施等。

（3）结尾。结尾一般分为两种：一种是自然结尾，即主体部分写完就结束全文；另一种以表态或号召形式结尾，如“提请大会审议（审查）”或针对报告的内容表示完成任务、克服困难、实现目标的信心和决心，以鼓舞斗志，努力完成预算任务。

4 落款

提交某种大会审议的预决算报告，因在标题下已注明报告单位、报告人的身份和姓名，最后落款可省略；如果是呈报财务主管部门的预决算报告，要在正文右下方写明报告单位、时间，并盖上公章，必要时还须有单位主管财务的领导人和财务负责人的签章。

（七）注意事项

（1）预决算报告的计划编制既要有奋斗目标和努力方向，又要慎重且留有余地。

（2）预决算报告的写作要求内容详尽、数据准确、事例突出，并注意条理清晰。

（3）预决算报告还要简明扼要、语言精练，评价真实、准确。

八、市场调查报告范文

××网络用户市场调查报告

一、概述

随着信息技术的发展，××网络的应用也由最初的教育、科研转向了民用、商用以及与百姓生活相关的许多方面。目前，全球 70% 以上的用户使用××网络，排在第一位的用途是用于个人信息交流，如发送和接收电子邮件等；其次是用于工作，如企业内部的局域网，办公自动化等；排在第三位的是用于教育，如企业内部培训，远程教育等。

搞好市场调查和预测是分析的基础，是细化管理、向管理要效益的具体体现。基于此，我们对××网络用户的使用情况进行了市场调查。

二、市场调查的目的和方式

1 调查方法的确立

本次用户调查采用随机抽样的调查方法，历时一个月。具体做法是：……

2 调查内容

共设有 10 项调查内容，每个调查项目下设若干被选项，用户采用选择的方式回答问题。

3 调查对象

调查对象主要以拨号用户为主，原因如下：（略）

4 调查目的

（1）力求对市场有一个较为清楚、正确的认识。

（2）使分析工作更加深化，做到事前分析与事后分析相结合，更好地发挥信息、咨询的作用及监督的管理职能，为领导决策提供第一手资料。

三、调查结果

1 从用户职业来看：用户的行业分布较广，在行业分布上以 IT 行业、商业贸易以及科教行业居多。

2 从年龄构成上看：网络使用者中年轻人人居多，用户的文化程度有所降低，说明网络的使用已不再仅限于文化程度较高的专业技术人员或特定行业内的人群，网络的普及率在上升，同时，从一个侧面反映出互联网上百姓化信息更加丰富。

3 用户上网的主要目的是：网络已不再仅仅是工作和学习的重要工具，而成为了人们休闲娱乐的工具之一。

4 本次调查结果还表明：用户群体与个人收入水平无显著关系，但与用户职业关系显著。

四、调查结论

综合以上分析，我们认为可得出以下结论：

- 1 ××网络的目标用户群体定位：较为年轻。
- 2 提高客户服务的质量是我们参与市场竞争的前提条件。市场与服务相脱节的局面应尽快改变。

九、市场预测报告范文

2008 年生猪市场预测及应对预案

×××

2007 年全国生猪市场经历了历史上价格上涨速度最快、幅度最大的涨价。尤其是 5 月份以后，全国各地活猪价格屡创新高，不仅带动养殖盈利水平不断上升，而且由于生猪短缺，导致禽蛋、禽肉、牛羊肉、蔬菜等需求增加，从而带动了整个食品体系的价格上涨，CPI 指数屡创新高，给宏观经济的正常运行带来了巨大压力。

随着猪价上涨带来的影响逐步扩大，经济学界、各大媒体甚至整个社会都将关注的目光转向养猪业。国务院、农业部、商务部、财政部等有关部门纷纷出台包括“补贴、保险、贷款”等各个方面的政策措施推动养猪生产，希望通过宏观调控平抑居高不下的猪价，然而猪价仍保持高位运行。

在政策和市场的双重影响下，2007 年下半年母猪存栏快速恢复。母猪存栏的拐点出现在 2007 年 5 月份前后，但由于 5 月份开始的猪价狂飙导致价格屡创新高，以及政策的极大支持，使得农户的养殖积极性快速增强。因此，母猪的存栏增长速度比生猪存栏增长速度快，幅度大。2007 年下半年母猪的补栏将为判断 2008 年甚至 2009 年生猪存栏结构的变化提供重要参考。

母猪存栏变化预测：后市生猪存栏的变化形势直接受前期母猪的补栏情况影响。从补充后备母猪到母猪所产第一窝猪育肥上市，至少需要 4 个月体成熟+妊娠期 114 天+150 天出栏，共 12 个多月的时间。因此，2008 年生猪的存栏变化主要取决于 2007 年母猪的补栏、存栏变化情况。

根据对母猪、生猪补栏积极性及存栏结构变化的分析验证，母猪存栏的最低谷、拐点在 2007 年的 5～8 月份，最低点母猪存栏水平远低于正常水平。5 月份过后，母猪补栏积极开始快速恢复，但由于前期母猪存栏下降幅度较大，2007 年底母猪存栏虽有恢复，但恢复至正常水平仍需一定时间。假如母猪补栏保持 2007 年底的势头，预计母猪存栏量将在 2008 年 5 月份前后恢复至正常水平。

其原因主要有：

一、社会经济的快速发展，使得外出打工与养猪相比更具有诱惑力。目前，超高盈利下仅有不到 30% 的散养户重新回来养猪，已经充分说明了这一点。这与过去相比，补栏增加的根本动力减少了许多。

二、外界投资更加理性，2005 年猪价高峰时，大量的外界资本进入养猪业，但经过了 2006 年上半年的亏损和疫病之后，“前车之鉴”使得愿意投资养猪的外界资本减少。

三、现有规模养殖户（场）扩大规模较为谨慎，而散养户退出所留下的空缺恰恰需要规模养殖户（场）

来补，这就使得补栏需经历一个漫长的过程。

生猪存栏变化预测：通过母猪存栏的变化分析，既然母猪存栏的拐点在 2007 年的 5~8 月份，那么根据生产周期推算，2008 年 5~8 月份前，生猪的供应都难以有实质性的增长。2008 年下半年生猪供应将会有一定幅度的增加，但由于母猪存栏预计 2008 年 5 月份前后才能达到正常水平，那么生猪供应的“饱和状态”预计应该在 2009 年初之后才会出现。

生猪需求形势预测由于 2008 年上半年生猪的供应很难有实质性的增长，那么这期间需求的变化将在很大程度上决定猪价的高低。2008 年的一二月份，我国最大的传统节日前后，猪肉的需求达到全年的最高峰，较 2007 年 8 月份增加 1/3，而生猪供应很难增加。因此，2008 年一二月份，各省“抢猪”的现象普遍增多，猪价创新高。广东部分地区活猪收购价超 18 元/千克的价位就说明了这一点。

2008 年春节过后，需求的回落有效缓解了生猪供应压力，猪价开始逐渐回落。但由于 2008 年 6 月份前生猪存栏难有实质性的增长，而多数地区蔬菜、水果等农产品并未到上市时间，因此，需求回落幅度有限，猪价仍将保持在一定的高位震荡。

2008 年五六月份前后全国各地进入夏季，大量农产品开始上市，同时，前期的母猪补栏将在此时首次反映到生猪出栏上，供应将开始有较大的增加，猪价将保持下降势头。

2008 年 9 月份前后，生猪出栏的持续增加将同时迎来需求的反弹，此时供应和需求的博弈结果将继续显示为“供应”决定价格，猪价在需求旺季持续回落。

2008 年底，随着春节的临近，供应和需求的博弈将呈现胶着状态，猪价可能保持在较高价位震荡，距离均衡价位已经不远。

2009 年生猪的供求形势现在预测虽然为时尚早，但根据存栏的变化分析，预计 2009 年第二季度，猪价有可能接近成本线。2007 年下半年开始的母猪大量补栏将真正反映到 2009 年的生猪市场，形势不容乐观。2006 年上半年的亏损在时隔 2007 年、2008 年两年多后，将再次面临考验，这同时也昭示新一轮的盈亏周期拉开了序幕。

此轮盈利周期自 2006 年 8 月份开始，至 2007 年 12 月份已历经 16 个月，最高峰在 2008 年 1 月份出现，此半个盈利期为 17 个月，由此保守估计，仅整个盈利期就有望突破 30 个月，2009 年上半年才有可能进入微利平衡期。当然，随着其他成本的上涨，正常区间有可能前移，微利在 2008 年底到来的可能性也存在。

应对预案 2008 年生猪市场预计还将以“红色”为主，根据“红色”警戒区预警应对方案，普通散养户不可盲目大量补栏，后市存在一定风险，生产的关键点在于控制成本及疫病。广大养殖户需谨慎扩栏，随时调整存栏结构，尤其需要控制好 2008 年底、2009 年初母猪的存栏数量以及发情配种。尽量避免亏损期到来前妊娠母猪、哺乳子猪、育肥猪存栏量过大，导致亏损期间损失过重。争取亏损期间存栏结构以后备母猪、暂停配种的能繁母猪为主，这样可最大限度地降低亏损期的损失，成功渡过 2009 年的亏损期，

迎来新一轮的盈利期。

十、可行性研究报告范文

“福地”农业网站建设可行性研究报告

一、实施纲要

农业是一个国家、一个民族生存与发展的根本。现代信息技术的飞速发展，在某种程度上讲，拉大了与农业的距离，传统农业的生产流通和信息交换办法几乎没有得到改善，互联网的发展、完善和建设，宽带网、卫星的利用，有效地解决了广大农村的上网问题，让信息交换变得更加容易。

利用现代信息技术，引入“配电盘”理论，可以建立企业的市场中心地位，增加行业市场对企业的依赖性。“福地”正是基于这种理论，逐步建立自己的中心地位，通过信息积累，把多种经济理论和市场营销原理集于一体，让企业随着市场的要求产生内在动力来推动发展。

（一）宗旨及商业模式（略）

（二）资产负债汇总表（略）

二、公司介绍

目前，公司还没有注册，这里先介绍一下公司的总体思路

（一）宗旨：服务农业，建设农村、致富农民

（二）公司简介

“福地”一名具有以下意义：（略）

（三）公司战略

公司将依托品牌战略，建立企业的核心地位，将把“福地”的概念进行延伸，全面提升企业在市场中的不可替代性地位。实现公司战略的关键是：利用网络建立综合型大平台，实现农业信息的多点录入，更重要的是让客户录入的信息，可以根据客户行业和地区特征进行重新定位，让一般客户不用建立数据库，就可以建立自己的动态网站，让大家一起来帮助我们构筑一个全新的及时的产品库、企业库、市场价格信息库等一系列农业综合权威信息库。随着客户的增加，数据库的代表性、权威性、准确性以及再利用的价值会得到充分体现。

（四）产品及服务

构筑一个农业综合信息、商务平台，一个农产品市场监测控制体系；向客户提供综合服务，包括信息技术、农产品商务、农业技术等信息服务。

（五）技术

采用常规的信息技术，结合传统行业，建立农业信息交换的基础平台，提升市场与客户对信息技术的

依赖性。

（六）价值评估

（七）场地与设施

三、市场分析

（一）市场介绍

（二）目标市场

定位在政府上网、企业商务服务、农产品批发市场的信息共享、农村经济共同体的组建等。

（三）顾客的购买准则

客户利用我们的服务，可以简单地实现信息的发布范围和发布目的，即一家发布，全国利用的目的。

（四）市场计划

将利用市场营销公司的现代市场方案，推进企业的全面发展，加大项目和产品自身的内在动力。

（五）市场渗透和销售量

全国各级农业部门、百万家农业企业、近千家农产品批发市场，千家万户的农业生产者等，都可以视为我们的客户；同样，随着我们平台影响力的提高，客户会呈几何级数增加。

（六）竞争者

此思路的企业创建尚处于起步阶段。

（七）服务与支持

通过大平台的搭建，将把政府、企业、个体、科研、教育等专业资源整合到一起。

四、财务计划

资金需求

计划需求资金

第一阶段（年）：600 万元（企业开发阶段）

第二阶段（年）：1200 万元（企业推广阶段）

五、附录（略）

十一、经济活动分析报告

（一）概念

经济活动分析是以一定的经济理论和经济政策为指导，根据计划指标、会计核算、统计资料以及经济调查搜集的其他相关信息，对已经发生的经济活动及其成果或问题进行的分析研究。将这一研究过程和结果通过书面文字表述出来，就是经济活动分析报告。经济活动分析是对经济活动的认识和推理，是

企业现代化管理的重要环节和手段，是国家经济部门和企业单位经常性的职能工作。经济活动分析报告是企业加强经营管理，提高经济效益的必备工具。

经济活动分析报告与总结都是回顾性公务文书。它们的性质功能在本质上是一致的，即都要探讨事物变化发展的规律，为实践提供理论指导。但是这两种文体还是有明显区别的：①从文书分类的角度看，前者属经济专用文书，后者属管理通用文书。②从表述的内容看，前者以数据指标为核心展开分析，后者以人物、事件为重点进行总结。③从论述问题的方式看，经济活动分析报告将数据的计算、比较、分析贯穿整个分析论证过程，数据分析成为基本的论述方法；总结则将相关经济数据作为论据使用；论述问题的过程主要靠逻辑推理展开。④经济活动分析报告侧重于定量分析，剖析问题、概括观点不脱离具体的对象；总结侧重于定性分析，往往将对象的经验提升到一定的理论高度，阐明较为普遍的参考、借鉴意义。

就围绕某一方面的经济活动进行的分析研究而言，由财政、金融、税务、审计等部门用第三人称写作的经济活动分析报告，与问题调查报告颇为相似。不过两种文体还是可以区别开来的：①从使用范围上看，作为管理通用文书之一的调查报告，其范围可以涉及政治、经济、文化等诸多领域，而经济活动分析报告只用于经济领域的业务部门和企业自身。②从制作时间上看，经济活动分析报告时间性强，大多分析报告都有定期性，而调查报告是不定期的。③从流通传播方式上看，只有涉及国民经济全局性和带有行业共性的宏观经济活动分析报告才可以公开发表，而关于特定企业生产经营活动的分析报告都具有近期（一般是几年内）的保密性，不宜公开。调查报告则由其新闻性决定了它可以借助新闻传媒和刊物公开发布。

（二）作用

经济活动分析报告的作用主要包括以下三个方面：

（1）有助于科学决策的实现和生产经营计划的制订。经济活动分析报告可以从宏观和微观两个方面进行观察。从宏观上看，它是制订国民经济计划和发展纲要的重要依据；从微观上看，它是各企业面向市场、参与竞争、进行科学决策的必备工具。所以说，经济活动分析报告在计划和决策的制订、执行、完成的过程中发挥着重要作用。

（2）有助于企业改善经营管理，提高经济效益。经济活动分析是现代企业管理中重要的环节之一，它可以帮助企业自觉地按经济规律办事，并做到组织的合理化、规范化，及时有效地检查和控制生产经营，从而提高企业的管理水平和经济效益。

（3）有助于政府经济职能部门及时有效地发挥宏观调控作用。经济活动分析报告，可以反映国民经济及其各个组成部分甚至是各个环节的动态，使相关职能部门和各个政府针对经济活动中所出现的脱节、失调、混乱现象，及时准确地对产业结构和生产力布局进行调整，以确保市场有序运行。

（三）分类

根据不同的分类标准，经济活动分析报告的分类有以下几种：

（1）按分析对象的范围划分，有宏观经济分析报告和微观经济分析报告。前者反映国民经济全局性

问题和行业共性问题，后者研究分析个别企业的生产经营活动。

（2）按分析对象的内容划分，有综合分析报告和专题分析报告。综合分析报告也称全面分析报告，是对一定时期内经济活动全面、系统地分析研究后写成的书面报告，多用于定期分析。专题分析报告在经济活动中选择某个重要、关键性的问题分析，或就某专项经济指标进行研究。专题分析报告可定期或不定期编制。

（3）按分析对象的行业部门划分，有工业经济活动分析报告、农业经济活动分析报告、商业经济活动分析报告等，在行业内部还可以细分出不同的类型。

（四）经济活动分析的常用方法

1 比较分析法

比较分析法此法又称对比分析法。它是把同一基础上（时间、内容、项目、条件等）的可比数字资料进行对比，从而找出生产和管理中的问题与差距，并分析原因，提出改进的方法。比较分析法一般从三个途径进行：

（1）比计划，即以本期实际完成的指标与计划指标相比较，以检查计划执行情况，分析完成或未完成计划的原因。

（2）比历史，即用本期完成指标数与上期或上年的同期完成指标数相比较，与本单位历史最高水平、平均水平、最低水平相比较，以此反映企业经济活动的发展和变化趋势，以便提高管理水平和经济效益。

（3）比先进，即以本单位的完成数与客观条件大体相同的同行业先进单位在同期的完成数相比较，发现本单位的差距，分析差距产生的原因，以利于工作改进。

2 因素分析法

如果说对比分析法侧重于发现问题、揭露矛盾的话，那么因素分析法则着重于剖析、探究问题的形成原因，着重于分析、把握多种矛盾中的主要矛盾及其成因。

3 预测分析法

预测分析法又叫动态分析法，即根据本单位过去和现有指标预测推算其未来经济发展趋势的方法。预测分析法包括经验预测法和统计预测法。

（五）编制格式与内容

经济活动分析报告在结构上一般要求有标题、正文、结尾三部分。有的在标题下面还写上主送单位的名称，这是考虑到该文体的“报告”特点而安排的。可靠的数据、分析过程和针对性意见应是必备的内容。

1 标题

经济活动分析报告的标题，一般应标明分析报告的时限、范围和分析内容，如《关于××商场 2007 年度经济活动分析报告》、《关于××厂 2008 年第一季度成本的分析》等。

全面综合分析报告的标题，一般都标出分析范围和活动时限，如《××厂 2008 年度经济活动分析报

告》。

专题分析报告的标题标明分析范围和专题内容，如《自行车重点生产企业流动资金周转情况分析》、《“超常规增长阶段”江苏农民收入变动分析》等。

有时也将主要观点或建议作为分析报告的标题，如《要从削价损失中吸取教训》、《关于增收节支、扭亏为盈的意见》等。

2 正文

正文包括开头、主体、结语三个方面的内容，其具体表现形式为：

（1）开头部分。首先，开头部分要写明分析的目的；其次，进行简要叙述和说明被分析对象的基本情况，一般采用文字概括和数据、图表相结合的方法进行。根据分析报告类型的不同，开头的写法也是各式各样的。

（2）主体。主体是分析报告中最主要的组成部分，它要根据报告的目的、要求、种类等做适当编排。通常情况下，主体部分要做到这样几点：①分析企业内部潜力；②检查企业对经济政策和财经制度的执行情况；③成绩或问题的原因；④检查计划或决策的执行情况。主体部分的结构形式按分析的内容来决定，一般情况下都是逐次标目，但也有采取小标题形式的情况。

（3）结语就是根据分析中发现的问题，提出具有针对性的意见或采取相关的措施。

3 结尾

经济活动分析报告的结尾，要写上作者或单位名称及日期，署名日期写在正文的右下方。

（六）编制要求

（1）从方针政策的高度来分析，把微观分析与宏观分析结合起来。经济活动是生产、交换、分配和消费的总过程。经济活动分析报告分析的对象是这一总过程的一个环节。分析某一部门或某一企业的经济活动，不能孤立地看待问题，而要联系到整个国民经济的大局；要从宏观经济着眼，从微观经济入手，立足于方针、政策的高度来评价分析。特别要注意处理好局部利益与整体利益、近期利益与长远利益的关系。

（2）充分利用数据资料和现实情况资料。有人把计划、报表凭证、账表等书面材料称之为“死材料”，把生产经营过程中的现实情况称之为“活材料”。前一部分主要是数据资料，反映计划指标、统计数字、会计核算结果等；后一部分包括企业供、产、销和经营管理等方面的内容。编制分析报告只有充分运用这两方面的材料，将数据和人的活动有机地结合起来，才能全面、准确地了解及认识被分析对象。

（3）避免统计数字和文字说明的脱节。经济活动分析报告与其他的报告类文体相比较，数字使用得多一些，相对数、绝对数、平均数、百分数等是分析、说明的基础。企划主管在编制时既要注意数字的准确性和科学性，又要善于适当地辅以简约的文字说明，使两者形成有机的整体，避免数字与文字说明的脱节。

编制经济活动分析报告常犯的毛病是分析不够。有的只是堆砌一些经济现象，没有分析产生现象的原

因，是一种缺乏“分析”的材料报告；有的分析不够深入，浅尝辄止；有的逻辑性不强，随意性很大，或无因果联系，或无主从关系，或无推理过程；有的找来以前的分析报告，换上本期时间、数据，调整一下前言（开头）和结束语，形成千篇一律的模式。

除此之外，有不少分析报告写得不甚规范。这不仅表现在“缺头少尾”上，而且主体部分也有“病残”现象，或者情况部分不具体，或者分析不深入，或者没有今后意见、建议等。有的标题只标“××分析”，无时限、无范围；有的写“我站”、“我厂”、“我店”，下面又无落款；有的写“今年”、“三季度”、“近来”等，落款处却不注明年、月、日。上述错误应该纠正和避免。

十二、经济工作研究报告

需要合理制订房价

×××

近日来，本市公有旧住房出售成了热门话题。市民对买一套近年建造的新房很有兴趣，大家都认为，这样的房价才真正体现出买房比租房更经济，一般老百姓经济上也能承受。

由此，人们又想到目前商品房出售中的问题。现在，全市可供出售的商品房房源不断增多，个人买房的比重却有所下降。上海房产经营部门今年曾先后举办了三次全市性的大型房产交易会。在这三次交易会上，几十家商品房开发单位共拿出 60 万平方米、约 1—2 万套住宅供市民、企业购买，房源之多，规格类型之全，为历年所未见。然而，成交量并不理想。三次交易会共出售 4—16 万平方米，仅占可供房源的 6—9%。而且在这些成交的商品房中，2/3 是单位购房，单位出资买房后，再无偿分配或补贴出售给职工。

中央和国务院领导同志多次指出，要鼓励职工买房，要做到买房比租房便宜。住宅商品化、私有化是我国住房制度改革的方向，这项改革能否顺利进行，房价是关键因素。制订合理的房价，对推进住房制度改革至关重要。据了解，目前新辟住宅区每平方米建筑面积住宅的造价，由 10 个方面的费用构成，即基地开发费、住宅建筑价、人防工程费、街坊配套费、土地使用费、开发管理费、建筑税、建造费贷款利息、动迁费及其他不可预见费。其中住宅建筑的造价占 56% 左右，动迁费占到 16%。旧市区改建的住宅，由于得房率低，动迁费占到 57% 左右，而住宅本身的建筑价仅占 28%。这几年，房价上涨，除了建筑材料大幅度提价的因素外，与其他附加费用的增加也有着直接的关系。

我们曾走访过一些专家，他们认为，上述 10 个方面的费用作为成本纳入商品房造价，全部让买房者承担，其实是不合理的。如基地开发费，我国土地属国家所有，购房者买的是住宅本身并不包括土地，需按章缴纳地价税，因此，基地开发费可以从以后每年征收的地价税中进行补偿。还有其他一些附加费用，如街坊配套中的居委会、派出所、房管所等的建设费应由地方市政建设费列支，人防设施的建设费应由国

防费用列支，动迁费可采取有偿回迁的办法来减少支出。按照目前的商品房价格构成比例，剔除不合理的收费项目，售价至少可降低 1 / 3 以上。如果商品房每平方米建筑面积的售价能控制在两三百元左右，再采取较长时间的分期付款等措施，那么，住宅商品化或私有化的推行就更易为人们所接受。

十三、国际市场调研报告

美国电脑/电视游戏行业调查报告

为探讨游戏消费者的需求和购买取向，娱乐软件协会（ESA Entertainment Software Association）于 2007 年 6 月在美国进行了一次电脑/电视游戏调查，调查显示美国有 33% 家庭添置了最少一部电子游戏机。在美国，电脑/电视游戏市场能达到每年销售额数以十亿美元计，2006 年为美国的 GDP 贡献了 38 亿美元。

一、67% 家庭成员参与电脑/电视游戏

这次调查共访问了 1200 户拥有电视游戏机和电脑的美国家庭。结果显示，在每个受访家庭当中，有 67% 的家庭成员参与了电脑/电视游戏，比 2006 年减少 2%，玩家平均年龄为 33 岁，18 岁以下的青少年占 28.2%，另有 24% 的玩家的年龄超过 50 岁。

调查发现，男性玩家仍然占大多数，女性玩家则只占 38%。但 ESA 补充，18 岁或以上女性玩家的比例占整体市场的 31%，这高于 18 岁以下男性玩家的比例（20%），而且有 57% 玩家认为，现在流行的游戏对女性的吸引力越来越大。

游戏消费模式方面，购买游戏的消费者年龄平均为 38 岁。调查指出，成年玩家普遍有 13 年的电脑/电视游戏经验，而在经常参与游戏的玩家当中，成年男性玩家和女性玩家的游戏经验，平均分别有 14 年和 11 年。

调查也发现，近年成年女性玩家投入游戏的时间，与成年男性玩家越来越接近。报告指出，成年女性玩家每星期平均约花 7.4 小时进行游戏，而成年男性玩家则花 7.6 小时，相差只有 12 分钟。

二、美国市场规模达 74 亿美元

就 The NPD Group/Point of Sale Information 的统计，2006 年美国电脑/电视游戏的销售额，分别为 9.7 亿美元及 64.6 亿美元，合计达 74 亿美元，较上一年增加 5.7%。销量方面，2006 年美国分别售出 3940 万套电脑游戏，以及 2.01 亿套电视游戏，合计接近 2.41 亿套，较 2005 年增加 5.4%。有 42% 玩家计划于 2007 年继续购买新游戏。

在 2006 年美国游戏销售当中，有 56.2% 适合所有玩家和 10 岁或以上的所有玩家，另外有 28.5% 适合青少年，而成人游戏则占 15%。

以分类排列，在电视游戏方面，动作类、运动类、赛车、射击、角色扮演、家庭娱乐及格门类产品的销量较高，其中以动作类和运动类电视游戏最受欢迎，例如：Madden NFL 07 和 New Super Marios Brothers；

至于电脑游戏，则以战略性、角色扮演、家庭娱乐、射击、冒险类及儿童娱乐的产品销量较高，最受欢迎的是战略性和儿童/家庭娱乐游戏，例如：World of Warcraft 和 The Sims 2。

三、55%的家长认为游戏对儿童有正面影响

针对 18 岁以下的儿童玩家市场，调查显示儿童在购买或租赁游戏时，有 91%是在家长陪同下进行交易，其中 86%的情况下，儿童是得到家长的准许才会购买或租赁游戏。

对于孩子使用游戏软件，有 55%的家长认为游戏对儿童有正面影响，比上一年减少六个百分点，而家长与子女一同使用游戏软件的主要原因，包括：享受家庭乐趣（72%）、基于孩子的要求（71%），与孩子沟通的良机（66%），以及可借此监察孩子所使用游戏的内容（50%）。

在陪同 18 岁以下子女进行电脑或电视游戏的家长当中，有 93%本身是玩家，平均年龄为 40 岁，平均每月花 21 小时进行游戏（父亲和母亲分别花 21 小时和 18 小时），而且 46%家长玩家，拥有超过 10 年的电脑/电视游戏经验。

四、网上游戏与无线游戏

同时，调查亦探讨了近年大行其道的网上游戏市场。结果发现，有 59%的经常性玩家表示有进行网上游戏，比 2000 年的调查增加 32 个百分点，而男性和女性玩家的比例则为 53%及 47%，两者差距 6%。

在网上游戏类别中，以智力游戏/棋盘游戏等类别较为普及，其他较受欢迎的还有：动作、运动、战略性、角色扮演类、Flash 浏览器小游戏，以及多人在线游戏等。

此外，调查也发现在游戏家庭中，平均有 34%的家庭成员使用无线装置，包括：手机等进行各类无线游戏，比 2002 年上升了 20%，这也显示无线装置越来越普及。

十四、国际市场分析报告

2006 年我国水产品国际市场分析报告

2000 年以来，我国水产品出口虽然保持高位增长，已经连续几年在农产品出口中保持第一的位置，但是增长态势并不乐观。在 2000 年与 2001 年出口数量增长幅度分别达到 13.8%和 27.3%的高位之后，2003 年突然掉到 0.7%，几乎呈停滞的发展状态。2004 年出口数量增幅又突然飆高到 15.5%。2005 年，滑至 6.17%。

2004 年水产品出口排名前三位的大宗产品为：烤鳗、鱿鱼及对虾。烤鳗在经历 2002 年的低迷后，2004 年见到转机，出口额达 7.27 亿美元，同比增幅高达 55.6%，高居所有水产品出口增幅首位。鱿鱼出口额 2.24 亿美元，增幅达 52.7%，居水产品出口次位。同是养殖产品的对虾，虽然一直处于低迷状态，但仍居水产品出口第三位。

罗非鱼异军突起，出口数量 8.66 万吨，增幅 47%，数量增幅在水产品出口中排第一。2004 年，我国罗非鱼产量达到 89.7 万吨，比 2003 年增长了 11.34%。除去草鱼、鲢鱼、鳙鱼、鲤鱼、鲫鱼这五个传统淡水养

殖鱼之外,罗非鱼产量排名第6位,比最普通的鳊鱼产量高出74%。2005年罗非鱼产量继续猛增到97.8万吨,比2004年又增加8万吨,增幅9%。很多行家都认为罗非鱼是一种有营养的鱼,同时很多人也看到了罗非鱼出口市场中隐藏着巨大的危机,这个危机在2006年年初开始显现出来。由于加拿大从美国进口的罗非鱼中检验出超标药品残留物,就停止了从美国的进口。而美国不养殖罗非鱼,其出口的罗非鱼来自中国。中国出口对虾的药品残留曾经出现过超标现象,美国已对中国产品产生不信任,加之罗非鱼又出现问题,这更加深了其对中国产品的不信任。药物残留超标已经成为我国水产品出口的严重障碍。

从近几年水产品的出口中我们看到,我国水产品出口还是数量推动型,而不是质量推动型的,更不是品牌领袖型的模式。所以,我国水产品出口的发展速度变化极不稳定。2004年,美国对中国出口对虾展开反倾销调查,给国内水产界提出了警告。从2005年开始,出口速度降低到比较正常的水平,也反映出人们冷静下来,开始查找自身的问题,开始解决问题,开始在降低药物残留上有所行动。虽然这些行动仍然显得非常微弱,但我们应该看到,如果措施得当,水产品出口将会步入一个稳定的发展道路。

2005年在水产品出口排名前三位的大宗产品中,只要是养殖产品,出口都呈现大幅度下降。烤鳗出口数量下降31%,对虾出口下降21%,仅有鱿鱼出口下降3%,几乎可以忽略不计。

2006年1月~6月我国水产品出口前三位的产品仍然继续了2005年的下降趋势。

2006年1月~6月我国对虾出口金额9218.3万美元,比2005年同期降低17%;比2004年同期降低42%,比2003年同期降低23%。对虾出口出现持续深度降低态势。

2006年1月~6月我国烤鳗出口额为3.65亿美元。比2005年同期降低19%。比2004年同期降低20%,比2003年同期增长12%,比2002年降低5.5%。2006年3、4、5三个月时间保持了8000万美元的较高水平之后,6月份直线下跌到2937万美元水平,同比跌幅达65%。应该看到,烤鳗出口已经降到可比较的历史最低点。2006年,在水产品出口大宗产品中,鱿鱼出口开始展露光芒。

2006年1月~6月我国出口鱿鱼达1.18亿美元,比2005年同期增长30.9%。比2004年同期增长40.4%,比2003年同期增长100%,比2002年同期增长110%,鱿鱼出口额出现持续高速增长态势并在2006年6月底首次超过对虾,成为烤鳗之后的第二大宗产品。

海水产品、初级加工鱼片(如:带鱼、黄鱼、冻鱼、虾仁、冻鱼片等)仍然占据出口数量中的60%以上。

2005年,一般贸易方式的比重从2003年的75.67%下降到2005年的不足60%。来进料加工贸易从2003年比重的21.33%提升到2005年的39.88%,接近40%。来进料贸易呈现稳步上升趋势,开始成为我国水产品出口中的重要角色。我国来进料贸易主要还停留在初级产品的加工上。

在情况已经非常明朗的情况下。如果要保持与推进我国水产品出口市场的平稳而不是高速发展,应该选择的措施有:

一、认真解决深加工产品在出口中出现的新问题,特别是如何突破贸易技术性壁垒。

二、严格控制与稳步发展淡水产品的出口,努力争取国际市场中中国水产品应该有的声誉。

三、提倡与鼓励“公司+基地”的经营模式。

四、继续加强对外开放政策，采取积极措施吸引外资，继续坚定不移的发展来进料加工渔业。

五、在科研领域中不提倡概念性、炒作性、猎奇性的研究项目。

六、湖泊渔业、江河渔业、水库渔业、大水面渔业、活水面渔业要纳入水产品出口范围。

十五、国际贸易代理合同

国际贸易总代理合同

第一条总则

本合同于 20 年 月 日由下列双方共同签订。

根据法律登记注册的有限公司，其地址（以下称“委托人”）根据法律登记注册的有限公司，其地址（以下称“总代理人”）

鉴于：

委托人欲从有限公司（以下称卖方）引进技术，经委托人及总代理人双方同意，由委托人指定的其总代理人系独家全权代表，委托人授权其代表可根据合同所列的条款和条件，与卖方洽谈欲引进技术的价格及其他有关事项。

兹同意下列条款：（略）

第二条定义

1 本合同所有术语的意义，明确阐述如下：

“佣金”系按本合同所列的条款和条件由委托人按照第六条第一款支付给总代理人的佣金。

“许可证协议”系指委托人与卖方所签订的技术转让或许可证协议，包括与技术有关的于任何时候的补充、修改和增补的技术，由卖方出售，转让该技术并向委托方予以报价。

“价格”系指委托人为引进该项技术而支付给卖方的款额。

2 各条款所列的标题仅为醒目而用，对本合同的解释无影响。

第三条总代理

1 委托人指定其总代理人，系为独家全权总代理并代表委托人与卖方洽谈引进该项技术应付的价款及有关许可证协议的条款和条件，并代表委托人联系一切有关事项。为此，总代理人愿意接受此委托。

2 在合同有效期内，委托人不得指定其他任何人为其代理人洽谈引进该项技术的价格及有关许可证协议的条款和条件或代表委托人联系有关任何事项。

3 根据合同总代理人作为委托人的独家全权代理，代理委托人洽谈本许可证协议为引进该项目，为此，一旦成交，予以承认并生效，委托人与卖方洽谈该项技术的价格及其他条款和条件，经谈妥及各方当

事人正式签署许可证协议及总代理取得佣金，其总代理权终止。

4 委托人指定总代理人，系为独家全权代理，代表委托人洽谈许可证及引进该项技术事宜，本合同的委托人与总代理人不因此形成合股关系，亦不因此获得本合同指定范围以外的代理权。

第四条总代理人的职责

1 于本合同期内的总代理人：

(1) 必须努力与卖方洽谈，使卖方取得最好的价格及最优惠的条款和条件，便于委托人获得该项目技术的转让并尽快签订许可证协议。

(2) 在洽谈转让及引进该项技术的过程中，总代理人和卖方洽谈中若出现任何争议、分歧或僵局，应立即向委托人提供有关争议、分歧或僵局之详情并就此事与委托人磋商。

(3) 应采取确实有效的办法为委托人取得该项技术并签订许可证协议。

2 在本合同有效期内，未经委托人书面同意，总代理人不得：

(1) 除委托人指定的全权代理有关事项外，不得自行为委托人代理任何事项。

(2) 以委托人的名义允诺或解决任何事宜，或以委托人的信用作担保，或代表委托人作任何保证或陈述，或使委托人承担任何责任或义务。

(3) 与卖方协议转让和获得该项技术的价格及有关条款和条件。

(4) 不论以任何方式从委托人处所获得的信息资料，皆属秘密，仅能为引进技术用，不得泄露。

第五条委托人的职责

1 代理人当代表其委托人与卖方商定价格、条款和条件时，或将转让技术的价格条款和条件书就许可证协议时，或就有关问题提出要求时，委托人须立即向总代理人给予指示。

2 委托人应及时满足代理人需求，向总代理人提供有关业务所需的信息，便于总代理人与卖方洽谈技术转让和获得该项技术。

第六条佣金

1 委托人同意支付给总代理人价格总金额的%的佣金，佣金于许可证签署之日以美元支付。

2 合同双方同意卖方与委托方签订转让技术价格条款及条件时，委托方的义务应根据第六条第一款规定支付佣金，同时总代理人按照第六条第一款规定有权利收取佣金。委托方届时不得以任何借口延迟，应即时支付。

第七条终止合同

1 如遇有下列任何条件或情况时，委托人须以书面方式通知总代理人；按合同规定总代理人不履行或不遵守职责或义务时，或当收到委托人就总代理人不履行或不遵守其职责的通知后的三十天内，仍置之不理，立刻终止本合同对代理人的委托。

2 按照本合同规定期满或终止对总代理人的委托，不论出于何种原因，均不妨碍合同各方的权利和

义务。

3 当届满或终止对总代理人的委托时，按下述条款办理：

（1）总代理人应立即将与委托人业务有关的票据、备忘录、记录稿件或其他文件交还给委托人。

（2）按照本合同的规定，于终止对总代理人委托的五天内，委托人将佣金（按六条第一款规定应支出付清部分的佣金）支付给代理人。

4 按本合同规定，不论出于何种原因届满终止对总代理人的委托，本合同仍然予以履行或遵守其条款，对各方均有约束力并付诸实施。

第八条分代理或转让

1 非经委托人预先书面同意，总代理人不得将合同之任何义务或责任转让或转移给非经指定的分代理。不论经委托人如何同意的由总代理人委托的分代理，根据合同的规定不得免除代理人的任何权利、义务或责任。

2 非经总代理人预先书面同意，委托人不得将本合同规定的任何权利、义务或责任予以转让或者转移给他人。

3 本合同对委托人、总代理人及各方指定的继承人均具有同等的约束力并确保实施。

第九条修改

委托人与总代理人签订的引进技术合同书，包括整个合同书和备忘录，并将取代委托人与总代理人对该项引进技术以往的全部协议和安排，且后者自本合同签署之日起，即告终止。除非经本合同当事人签署的书面通知，否则本合同不得做任何修改和变更。

第十条适用的法律

本合同的一切条款是根据签字时现行的有关法律、法令和条例制定的。在合同生效后，由于颁布了新的法律、法令、条例，或对原有的法律、法令和条例进行了修改，致使委托人和总代理人中任何一方的经济利益发生重大变化的，应及时协商，并对本合同的有关条款作必要的修正和调整，以维护委托人和总代理人在协议中的正常的经济权益。

第十一条争议的解决

1 在执行本合同所发生的或与本合同有关的一切争执时，首先应由委托人和总代理人友好协商解决。

2 若协商不能解决，可以调解，如调解无效，最终将在根据国际的仲裁程序仲裁。

3 在争执发生时及争执提交仲裁过程中，除所争执并提交仲裁的问题外，委托人和总代理人都必须按本合同的规定继续行使自己的权利，履行各自的义务。

4 仲裁的裁决是终局的，对委托人和总代理人都有约束力。仲裁费（不包括各方聘请律师的费用）由败诉方负担或由仲裁机构裁决。

第十二条语言

本合同以英文和中文书写，两种文字均为正式文本。

第十三条通知

1 凡有关本合同的通知、请求或其他通信往来，须以文字为准，可采用书信、电传、电报方式传递。

2 凡有关通知、请求或其他书信往来，可用书信、电传、电报方式按对方所列地址寄至对方。

本合同的双方于首页所列日期签署，立此为据。

委托人总代理人

有限公司有限公司

代表签字：代表签字：

代表姓名：代表姓名：

职务：职务：

十六、股票上市公告书

××股份有限公司首次公开发行 A 股股票上市公告书

第一节重要声明与提示

××股份有限公司（以下简称“××”、“本行”或“发行人”）及全体董事、监事、高级管理人员保证上市公告书的真实性、准确性、完整性，承诺上市公告书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

证券交易所、其他政府机关对本行股票上市及有关事项的意见，均不表明对本行的任何保证。

本行董事、监事和高级管理人员截至目前未持有本行的股票。全体董事、监事和高级管理人员承诺将严格遵守《公司法》、《证券法》和《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律、法规及证券交易所规则关于董事、监事和高级管理人员持股及锁定的有关规定？

第二节股票上市情况

一、本上市公告书系根据《公司法》、《证券法》和《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律法规规定，并按照上海证券交易所《股票上市公告书内容与格式指引》编制而成，旨在向投资者提供有关本行首次公开发行 A 股股票上市的基本情况。

二、本行首次公开发行 A 股（以下简称“本次发行”）经中国证券监督管理委员会证监发行字〔2007〕10 号文核准。

三、本行 A 股上市经上海证券交易所上证上字〔2007〕26 号文批准。

四、公司股票上市概况

1 上市地点：上海证券交易所

- 2 上市时间:2007 年×月×日
- 3 股票简称:××××
- 4 股票代码:××××××
- 5 本次发行完成后总股本:5 000 000 000 元
- 6 首次公开发行股票增加的股份:1 001 000 000 股
- 7 发行前股东所持股份的流通限制及期限:

本行第一大股东××省财政厅承诺“:自××股票在上海证券交易所上市之日起三十六个月内,不转让或者委托他人管理本厅已直接或间接持有的××股份,也不由××收购该部分股份。”

根据《公司法》,本次发行前持有本行股份的其他股东所持股份自本行 A 股股票在上海证券交易所上市之日起一年内不转让。

- 8 本次上市股份的其他锁定安排:

本次发行中向战略投资者配售的 300 000 000 股股份自本次网上发行的股票在上海证券交易所上市交易之日起锁定 12 个月;本次发行中网下配售的 250 250 000 股股份自本次网上发行的股票在上海证券交易所上市交易之日起锁定 3 个月。

- 9 本次上市的无流通限制及锁定安排的股份:

本次发行中网上发行的 450 750 000 股股份无流通限制及锁定安排,自 2006 年×月×日起上市交易。

- 10 股票登记机构:中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

- 11 上市保荐人:中银国际证券有限责任公司

第三节 发行人、股东和实际控制人情况

一、发行人基本情况

- 1 中文名称:××股份有限公司
- 2 英文名称:×× Co., Ltd.
- 3 注册资本:399 900 万元人民币(本次发行前)
- 4 法定代表人:×××
- 5 住所:××省××市××路×××号
- 6 经营范围:

据本行《公司章程》(修订草案),本行经营范围如下:

吸收公众存款;发放短期、中期和长期贷款;办理国内外结算;办理票据承兑与贴现;发行金融债券;代理发行、代理兑付、承销政府债券;买卖政府债券、金融债券;代理发行股票以外的有价证券;买卖、代理买卖股票以外的有价证券;资产托管业务;从事同业拆借;买卖、代理买卖外汇;结汇、售汇业务;从事银行卡业务;提供信用证服务及担保;代理收付款项及代理保险业务;提供保管箱服务;财务顾问、资信调查、咨询、见证业

务;经国务院银行业监督管理机构批准的其他业务。

7 主营业务:商业银行业务

8 所属行业:银行业

9 电话:××××-××××××××

10 传真:××××-××××××××

11 网址:http://www.××××.com.cn

12 电子邮箱:××××@××××.com.cn

13 董事会秘书:×××

14 董事、监事和高级管理人员:

本行目前有 14 名董事、9 名监事、4 名高级管理人员,基本情况如下:

15 董事、监事和高级管理人员持有发行人的股票、债券情况:

截止目前,本行董事、监事和高级管理人员未持有本行的股票、债券。

二、控股股东及实际控制人情况

本行的股权较为分散,不存在按股权比例、公司章程或协议能够控制发行人董事会多数投票权的法人或其他组织。

三、股东情况

(一) 截至 2007 年 1 月 1 日的股东情况

根据××省财政厅《关于××股份有限公司国有股权管理方案变更问题的批复》(×财金[2007]2号),截至 2007 年 1 月 1 日,本行股东名称?持有的股份数?持有的股份比例(发行前)如下:

(二) 本次发行后、上市前本行股东情况

其他股东指本次发行前除××省财政厅外其他持有本行股份的股东

(三) 本次发行后、上市前的前十名股东持股情况

第四节 股票发行情况

一、发行数量:1 001 000 000 股

二、发行价格:15.98 元/股

三、发行方式:

采用向战略投资者定向配售?网下向询价对象询价配售和网上资金申购发行相结合的方式。本次发行向战略投资者战略配售 300 000 000 股,网下向询价对象询价配售 250 250 000 股,网上资金申购发行配售 450 750 000 股?

四、募集资金总额及注册会计师对资金到位的验证情况:

本次 A 股发行募集资金总额 15 995980 000 元。×××会计师事务所于 2007 年 1 月 29 日对本次发行

的资金到账情况进行了审验,并出具了验资报告?

五、发行费用:

1 本次发行费用合计 274 020 790 元,其中承销费 239 939 700 元、保荐费 4 000 000 元、律师费 1 500 000 元、审计费 7 700 000 元、验资费 210 000 元、路演推介及信息披露费用 11 672 900 元、发行手续费 8 998,190 元。

2 每股发行费用约为:0.27 元

六、募集资金净额:15 721 959 210 元

七、本次发行后全面摊薄每股净资产:5.97 元(按本次发行后净资产与总股数之比计算,其中净资产按本行 2006 年 6 月 30 日资产负债表股东权益数和募集资金净额之和计算;总股数按本次发行后的总股数 5 000 000 000 股计算)

八、本次发行后全面摊薄每股收益:0.49 元

第五节其他重要事项

本行在招股意向书刊登日至上市公告书刊登前,没有发生可能对本行有较大影响的重要事项,具体如下:

- 1 主要业务发展目标进展正常;
- 2 所处行业或市场未发生重大变化;
- 3 本行接受或提供的产品及服务价格未发生重大变化;
- 4 本行与关联方未发生重大关联交易事项;
- 5 本行未进行重大投资;
- 6 本行未重大资产(或股权)购买?出售及置换;
- 7 本行住所未发生变更;
- 8 本行董事?监事?高级管理人员及核心技术人员未发生变化;
- 9 本行未发生重大诉讼?仲裁事项;
- 10 本行未发生除正常商业银行业务之外的重大对外担保等或有事项;
- 11 本行的财务状况和经营成果未发生重大变化;
- 12 本行未发生其他应披露的重大事项?

第六节上市保荐人及其意见

一、上市保荐人基本情况

保荐人(主承销商):中银国际证券有限责任公司

法定代表人:××

住所:上海市浦东银城中路×××号

办公地址:北京市西城区金融大街××号××中心×号楼××层

联系电话:010 ××××××××

传真:010 ××××××××

保荐代表人:×××、×××

二、上市保荐人的推荐意见

上市保荐人中银国际证券有限责任公司认为:××股份有限公司运作规范、经营状况良好,符合我国现行法律?法规对 A 股首次公开发行上市的要求,同意推荐××股份有限公司 A 股股票在上海证券交易所上市。

××股份有限公司

2007 年×月×日

第二节经营企划文案

一、营销策划

××彩色电视机营销策划

×××公司是我国工业企业 5 0 0 强之一,其产品以内销为主、外销为辅。根据企业的特点,为进一步促进产品的销售,特制定这份营销策划书。

(一) 背景分析

1 市场分析

(1) 竞争状况

分析表明××产品的主要竞争对手是××、××

(2) 市场预测(略)

2 产品分析

(1) 产品特点(略)

(2) 优劣分析

××产品曾获省优、国优,获得英国、美国、加拿大、德国、澳大利亚、新加坡等国的有关质量标准认可。但该产品在研制和初期投产时,有时会出现质量控制上的失误。

3 销售分析

(1) 地域状况

彩色电视机(以下简称彩电)是当前的家庭必需品。我国人口众多,因此国内销售市场广阔。××彩

电的生产基地，海、空交通发达，连通世界各地。同时，由于地处三角黄金地带，因此可以说，××彩电具备“广迎五洲之朋”的良好经济环境。

（2）竞争对手销售状况

××等进口彩电，深受城市消费者的欢迎，但在农村市场中比重不大。

××地处深圳，流行于两广，并向两湖、华中、西南渗透。该产品的直接竞争对手是××牌彩电。

（3）优劣比较（略）

4 阻碍分析

国际市场上，老牌优质产品占据着主要市场，该产品只能占据市场缝隙。

在国内，进口产品占据了很大国内市场，国产彩电又从而分割了大部分国内市场。国内消费者偏好外国产品，国内老牌彩电拥有一批较稳定的推销伙伴。

××彩电还存在如下问题：彩电在生产、检验中偶有失误，导致一小批不合格产品进入市场，这在一定程度上影响了企业声誉，维修网点的技术力量不足；××在各地的销售伙伴还不很稳定；产品的包装尚需改进完善。

（二）营销战略

1 市场战略

（1）战略技术要点

①继续产品的开发，迅速生产适应国际新潮流的多功能产品。

②保持原有销售渠道，开创新的销售渠道。

③推出种类繁多的产品，以满足不同层次消费者的不同需求。

④把企业各类型产品进行分档排列，组合成系列，以适应消费者最广泛的需求。

⑤突出该产品的“优点”。

⑥针对偶尔出现的质量问题，运用承诺性策略，内容试拟如下：

本公司自××年12月起实行如下规定：

无论商业部门还是用户，若遇客观存在的质量问题，一律包退包换（在保修期限内），由此造成的经济损失均由本公司承担。

商业部门如进货过多、库存量过大，一时难以销售，可暂时退货，已签订的合同，商业部门可单方提出暂缓执行。

凡属商业部门自身责任造成的××彩电质量问题，可与本公司联系，协商折价，由公司回收残次品。

这几项措施可消除顾客、客商的后顾之忧，失小利而得大利。

（2）产品定位

产品在人们心目中是有个性的，因此，把该彩电定位为：机型新颖，低成本，高质量，国际流行型彩

电。

（3）销售对象

销售对象的分析与确定（略）。

（4）市场目标

××年销售量比××年增长 40%。

在同类产品中建立巩固、突出的领导地位。

（5）包装战略

在整个包装形式中，要统一包装色彩。

包装材料采用坚固平滑的化纤板。

（6）定价战略

针对大多数消费者，采取高质低价的策略。

（7）零售点战略

建立系统的 POP 系统，让零售点的宣传形成统一风格；与他们签订专卖合同，并给予一定的承诺保证。

一是货源保证；二是质量保证；三是回收滞销的保证。

2 公关战略

（1）顾客关系

要坚持以顾客为导向的战略。

（2）经销商关系

培植经销商的信心。

随时调整销售策略。

接受他们的投诉，并负责解决。

举办销售培训，开展销售竞赛。

（3）供应商关系

追求互相了解与信任，以求长期合作；建立供求双方的共同利益。

建议供应商如何改进生产方法以增加纯利润收入。

3 广告战略

（1）竞争对手广告宣传特点（略）

（2）广告的目的和目标（略）

（3）预计广告指标

与企业目标相配合，到××年，把知名度提高到 90%，市场占有率提高到 55%。

（4）广告目标对象

参照销售对象，把广告目标对象定为以下几类：

来游玩、探亲、访友、置业、长期经商的外国友人；都市新兴的单身群体及上班族和中青年夫妇。

（5）创作战略（略）

二、竞争策划

××企业的管理

××企业是国内著名的冰箱生产企业，自××年以来连续6年市场占有率达到40%以上，成为名副其实的市场领先企业，被同行业称为“大哥大”。

××年，××企业创造了新中国成立50年来无锡工业企业的效益之最。“××”是靠什么跑得如此快，而成为国内冰箱行业公认的排头兵的呢？

（一）转变观念保持头脑清醒

××公司的全体员工，始终充满了危机意识。公司的领导者也认识到，众多企业在市场大潮中都领过风骚，青春常在的很少，昙花一现的却很多，其原因在于经营者不仅要有高度的责任感，更要有强烈的危机感。不管企业取得多大的成绩，一定要保持头脑清醒，要始终具有危机感。

真正的好产品是消费者认可的产品，只有消费者买得放心，用得称心，才能真正赢得市场。广大消费者是企业的“衣食父母”。如果有一个不合格产品流向市场，那可能就会毁坏企业声誉，兴许就是企业末日的开端。因此，公司有20%的职工位于市场一线，有60%的职工轮流上过国内市场，8%的职工进过国际市场，100%的干部上过市场。这样，员工们目睹了市场的激烈竞争，聆听了消费者的心声，更重要的是扭转了计划经济下的一些错误认识。

（二）瞄准世界靠质量赢得市场

产品好销的时候，他们在强化质量管理方面实行动态预控：

一是质量上瞄准世界先进水平（世界各主要国家冰箱质量标准略）。

他们提出了市场经济条件下企业的“产品三段论”：从企业生产出来到商店是第一阶段；从商店到消费者是第二阶段；在消费者手上用得称心、放心是第三阶段。这三个阶段的核心就是产品质量和服务质量。

二是厂内实行以质量为中心的效益工资，制定并实行奖励和黄、红牌警告处罚制度。

三是严格“流转卡”制度，即在每条流水线上设立工序流转卡，每道工序完成后，由操作人员签名盖章。有了质量问题，三年之内都能查出责任人。目前，公司产品装配合格率一直稳定在99%左右。

四是严格“开箱检查”制度。由销售部代表用户，会同生产、技术、管理等有关部门的负责人，按一定比例，在已打包入库的成品中随意抽检，产品只有达到100%的合格才准许出厂。

五是推行ISO 9000质量保证系列标准，提高质量控制水平，向国际通用标准靠拢。

（三）热诚服务让消费者满意

打开市场靠的是优质产品，而开拓和占领市场靠的是优质服务。如果服务工作搞不好，所有的努力将前功尽弃。为此，该企业对服务工作倾注了大量心血。企业管理人员没有花钱大登广告，而是开展了形式多样的“花钱买意见”活动。在××年9月组织的花钱买意见活动中，共收到消费者信函5 2万封，对产品质量、新品开发、售后服务、营销策略等方面提出了宝贵的意见。

厂里成立了技术服务部，不断完善健全售后服务体系，建立了用户档案。他们还在全国同行中率先推出特色服务，给用户发放“质量信誉卡”，将服务公约公布于众，并坚持上门服务，约期不误。

为了让用户彻底放心，他们为广大用户办理了责任保险，同时在全国各地不断完善服务网络，做到省有“中心”，市有“特约”，县有“社会点”，统一规范管理。由于××公司推行了这种令员工时刻警醒的管理方法，使该企业的各项工作一直保持良好状态。

三、广告策划

××彩色胶卷广告策划书

一、概述

××有限公司是××国际发展有限公司、××投资公司合资经营的大型感光材料企业。公司从×国××公司引进彩色感光材料整套生产线。公司追求卓越，以“质量第一、效益第一、服务第一”为宗旨。

公司生产的××牌彩色胶卷（以下简称彩卷），质量达到国际同类产品的先进水平。此产品具有色彩平衡好、影像清晰、颗粒细腻、曝光宽度大、物理机械性能好等特点。××彩色胶卷属国内优质产品。

我广告公司受××感光材料有限公司的委托，全权代理其公司××彩卷广告宣传。

本广告公司通过对目前彩卷市场深入细致的调查、研究、分析，特为××彩色胶卷制定为期一年的市场战略，公关战略和广告、媒介战略，以此帮助××公司开拓市场，打开国内外销路，以实现企业短期、长期目标。

策划书流程图如下：（略）

二、市场分析

1 同类产品情况分析

纵观国内彩卷市场，从整体上可分为国产和进口两大部分。现对投入市场的主要产品××、××、××等几个品牌的产地、知名度、美誉度进行分析比较：（略）

2 竞争状况

国内市场：（国内市场产品竞争状况分析，不利因素有哪些，有利条件是什么）（略）

国际市场：（当今国际彩卷市场分析，××彩卷在国际市场上的位置，现在应该做的是什）（略）

三、产品分析

1 产品特点（略）

2 产品优劣比较（略）

四、销售分析

1 地域状况分析（对该产品在不同城市的销售量分析，得出结论）（略）

2 竞争对手销售状况（略）

3 优劣比较（打开销路，本产品所面临的各种优劣因素分析）（略）

五、企业目标

企业的着重点是提高产品的知名度和美誉度，尤以美誉度为主。只有让产品得到消费者的认同，得到消费者的称赞，才能使消费者产生购买意图，从而使产品的销售额上升。

六、市场战略

1 战略重点

鉴于现阶段××彩卷在市场中美誉度不高的情况，××合资企业把重点放到以情感诉求为主。告诉消费者，使用本产品将使他们的得到更多欢乐，给他们的家庭、爱情留下美好甜蜜的回忆，记录人生最美好的瞬间，力争使消费者对本产品产生好感，提高产品的美誉度。

2 产品定位

××彩卷是由×国××公司提供专利，××合资企业生产，具有色彩还原真实，分辨率高，清晰度好，曝光宽容度大，包装精致等特点。因而，在国内同类产品中的定位应该比较高，属高档品。

3 销售对象

××彩卷的主要消费者定为 20~50 岁的成年人，这个目标市场是广阔的，也是粗线条的。当然还可以加以细分，如：

（1）青年，这类消费者的购买态度不外有两种：（略）

（2）家庭户主和主妇，这类消费者很有社会阅历，经验也较丰富，其购买态度也有两种：（略）

（3）专业摄影人员，这类消费者主要凭经验和习惯，比较注重商品的牌号，不易受他人或广告宣传的影响。

4 包装战略

××彩卷的包装以富有时代感、高贵典雅为主要传递目标。因为只有这样才能起到保护商品，提高商品外观质量的作用。

5 具体包装设计（略）

6 定价战略

竞争对手价格表及其定价分析：（略）

鉴于以上对竞争对手的定价策略的分析，我们认为××彩卷比较合适的价格应定在 13 元为佳。

定价的原因如下：（略）

七、阻碍分析

××彩卷的销售阻碍可从其产品的市场营销的诸方面来加以分析：

- （1）经济环境：（略）
- （2）人口环境：（略）
- （3）科技环境：（略）
- （4）竞争环境：（略）
- （5）文化环境：（略）

八、公关战略

1 公关目标

为配合广告宣传，树立企业形象，促进商品销售，本次特制定为期一年的公关战略，以改变公众态度为目标，力求通过一年的努力，把产品的知名度提高 30%，公众喜爱度提高 20%。

2 公关关系活动方式

一季度举办“××彩卷投产四周年新闻发布会”；二、三季度举办“××为您添欢乐活动”。具体日程安排如下表：（略）

九、广告战略

1 竞争者广告宣传分析（略）

2 广告目标对象

××彩卷的主要目标对象是 20~50 岁的消费者。

- （1）以家庭为主的目标对象，主要通过对“欢乐家庭，温馨永驻”的广告诉求，来选择这一对象。
- （2）以未建立家庭的青年男女为目标对象，广告语主要以“美好年华，无悔人生”来诉求。

广告创意：（略）

四、广告创意方案

“××城市花园”二期楼盘

广告创意方案

一、广告语与口号

（一）广告语。

开门听溪流，推窗观闹市。

（二）宣传口号。××××××××

二、广告定位

（一）广告语的定位。紧跟城市居家的发展趋势，以人为本，既考虑都市人向往“静”的心理渴求，又顾及都市人追求“闹”的现实需要。“××花园”静得可以“听”到流溪的声音，而要热闹“推窗”即可感觉，寓远于近，随心所欲，既可回归自然，又能投入现代生活。

（二）广告语的内涵。“听溪流”意喻“××花园”园林式的居住环境，相应的配套设施成为人们居家、保健、休闲的理想佳境。“观闹市”，意喻人气旺盛，自然财气也旺，交通便利不言而喻，融两者于一处，让业主的生活更贴近自然和社会，既可静而养心，又可动而理财。

（三）广告语的外延。要实现“静”的理想，自然有具体的措施，这除了一些“人有我有”的基本设施外，还要引入“保健”的理念和服务（21世纪新生活的趋势，没有健康的身体，一切都无意义）。设“休闲保健指导中心”机构，为业主提供无微不至的关怀，要达到“闹”的目的，自然有有利条件（地理位置、交通状况等），身居闹市除了生活娱乐上的方便外，就是“生财”上的便利。人气旺了，财气自然也旺了，“××花园”还指导业主理财，设“家政管理指导中心”，为业主提供良好的理财之道。

三、广告实施要点

（一）围绕“保健”和“理财”两大内容，这是“××花园”的卖点。

1 “休闲保健指导中心”的具体内容：

- ①本中心纳入会所管理，设专（兼）职人员2~3人。
- ②指导业主如何进行健身锻炼。
- ③讲授有关身心方面的保健知识。
- ④解答有关休闲保健方面的问题。
- ⑤提供有关休闲保健方面的重要信息。
- ⑥订购有关医疗保健方面的书籍、报刊供业主阅览。
- ⑦每月赠送一本医疗保健杂志《康乐园》给每位业主。
- ⑧选聘（兼职）医疗保健顾问，配合“中心”工作。
- ⑨提供旅游度假方面的信息和渠道（为业主牵线搭桥）。
- ⑩结合季节变化，定期或不定期举办一些活动（娱乐、竞赛、联谊、旅游等）。

2 “家政管理指导中心”的具体内容：

- ①本中心纳入会所管理，设专（兼）职人员2~3人。
- ②聘请财经专家担任理财顾问，向业主定期讲授家政管理知识。
- ③每月进行一次有针对性的理财知识专题讲座。
- ④为业主提供有关商品信息，如主要日常用品的价格、质量信息等。

- ⑤为业主提供日常生活用品送货上门服务（免费）。
- ⑥为业主联系家教、家政等方面的劳务服务（保姆、钟点工）。
- ⑦提供社会保险、养老保险等方面的信息、政策，办理程序及相关服务。
- ⑧定期或不定期举办家政（理财）知识竞赛活动。
- ⑨设“五星家庭”奖，每年评比一次并举行颁奖活动。
- ⑩有关家政方面的其他服务。

（二）广告操作：

1 宣传原则：除了适当介绍“××花园”“人有我有”的一些楼盘素质外，主要介绍“××花园”在为业主保健和家政服务方面的优势，这是提高业主生活质量的重要措施，也是卖点，整个广告操作过程均围绕这一“卖点”展开宣传，充分体现“××花园”“以人为本，业主至上”的发展理念。

2 时间和费用：基本按照 8 月 5 日所定的方案执行。但拟增加如下内容：

①在电台、电视台定期播送“××花园”园歌、广告语及简介“园歌”3 分钟左右，抒情、欢畅、温馨。

歌名：“家住××花园”；曲：《常回家看看》选段；词：待定。

②拍摄一部电视专题片（有一定故事情节），片名：“××花园的故事”（暂定）。

主题：爱情、婚姻、家庭

宗旨：通过故事表现“××”的优质生活（体现优质的物业管理和保健、家政等方面的内容）。

规模：每集 20 分钟左右，每旬一集。

五、广告策划与代理协议

“××牌养阴丸”的广告策划与代理协议

甲方：××食品有限公司、××药业有限公司

乙方：××广告公司

现甲方委托乙方代理其生产的“××牌养阴丸”的市场推广策划及媒体发布广告的事项，现就有关内容达成以下协议：

- 1 乙方接受甲方的委托，代理其在广东地区和海南地区的广告策划和发布业务。
- 2 甲方在合同的有效期内不得委托他人代理该项业务。
- 3 乙方应在合同签订后 1 个月内将策划书交给甲方审核，甲方在 20 天内核准是否同意该策划方案，如该策划方案被甲方否决，本合同解除并终止效力。
- 4 合同签订后 3 天内，甲方支付给乙方 10000 元的策划费用，该费用不因合同的解除而返还给甲方。

- 5 策划方案生效后, 甲方、乙方应按策划方案制订的计划实施。
 - 6 甲方支付的广告策划及发布制作、代理费共万元, 乙方应在此范围内策划并发布广告。
 - 7 甲方依照策划方案的计划将媒体广告费用的直接金额支付给相关媒体, 乙方收取媒体返还或优惠折扣的佣金。
 - 8 乙方必须依靠自己的实力完成广告设计制作, 如需委托他人制作, 需经甲方书面认可。
 - 9 乙方的任何设计方案和产品必须经甲方的认可和验收。
 - 10 甲方支付乙方广告策划和广告设计、制作费共万元, 该费用的支付方式如下:
 - (1) 策划费:
 - (2) 设计费:
 - (3) 制作费:
 - 11 乙方应于×年×月×日完成设计制作任务, 于×年×月×日完成广告发布业务。乙方必须依照规定在规定媒体发布广告。
 - 12 违约责任: (略)
 - 13 纠纷的解决: (略)
- 甲方: 乙方:
- 代表: 代表:
- 签约时间: 地点:

六、广告主题文案

××药品广告文案及媒体应用

本公司所拟××年××广告策略, 旨在衔接××年、××年的广告投资, 使消费者有一个整体的延续形象, 以及促进消费者指名购买。因此, 本公司××年所撰写的广告文案策略除了给消费者统一延续的形象外, 并将以促进消费者指名购买为目标, 针对不同的消费阶层运用不同的媒体, 作直接而有效的诉求。

为了使××广告深植消费者心中, 进而促使其指名购买, 我们建议今年(××年)的广告文案应采取下列几种方式加以运用:

1 衔接策略

文案标题“××保证您无痛、健康、快乐”。

以“××保证您无痛、健康、快乐”——延续××年及××年的“××保护您”作为一种衔接, 告知消费者服用××(药品名)后的一种感受, 它不含剧药, 但由于其温和、自然、有效, 服用之后, 可使您无痛、健康、快乐。

此为整年广告的涵盖表现，运用的媒体有 T V 、N P 、M C 及 Radio 四大媒体。

2 文案标题策略

此一策略的广告表现乃针对不同的消费阶层选定对象，运用不同的媒体，作直接有效的诉求。在此一阶段中，我们选定消费者对职业性或生活上最感头痛的事情做广告的诉求标题，引起其注意，而后给予开导，进而产生共鸣。在此情况下，××药品的广告诉求，将可得到事半功倍的效果，更提供消费者一个绝佳的“对策”。

（1）针对工商企业头痛人士

①午后 3 点半，怎么办？

②股票跌停，怎么办？

（2）针对知识分子易患头痛者

知识大爆炸，怎么办？

（3）针对一般易患头痛的消费者

①人车大作战，怎么办？

②分秒追、挤、赶，怎么办？

（4）针对一般妇女消费者

每月一痛，怎么办？

以上不同的文案配以适当的媒体，交互运用。

3 迂回策略

文案标题“敬告医师”（××药品的优点，医师最清楚）。

此广告策略主要是借医师在患者心中的权威感，以迂回方式，使消费者懂得服含有剧药的镇痛药会产生不良后果。强调特效速效并非良药，而××药不含剧药，不伤胃，是止痛退烧的最佳良药。

为了加深消费者对××药品的印象，以最经济的方式，或者运用《经济日报》各版做插排广告，可弥补大幅广告的缺失。现将各项立案内容，叙述如下：

（1）“××”保护您无痛、健康、快乐！

健康是幸福人生的根本。一个人若经常与病魔为伍，则不论他有多么显赫的地位、多么强大的势力、多么巨大的财富，都无法享有人生的乐趣，那将多么可悲啊！

××公司以“维护国人的健康”为目标，生产的××即为有效的镇痛良药，能解除各种原因引起的头痛、牙痛、风湿痛、神经痛、女性生理痛等苦恼，并且因含有专利 ADA 成分，不伤胃肠，可安心服用。

随着时代的变化，社会竞争愈趋激烈，生活环境日益紧迫，在此变化、紧张、繁忙的生活状态里，人们的各种痛苦也有逐渐增多的迹象。如选择药品不慎，而误服伪药、劣药，非但不能及时解除病痛，且有严重危害健康的可能。

故此，以××公司的信誉为保证，向您郑重推荐镇痛良药——××。当您有上述头痛等痛苦时，请明智选择××，让××来保护您，使您免除痛苦、恢复健康，重享快乐的人生！

（2）午后 3 点半，怎么办？

滴答……滴答……墙上的时钟毫不留情地走着，老张额头上的汗珠也越来越多，打电话四处找救兵，却均无结果，眼看 3 点半就快到了，怎么办？

对许多工商界人士而言，午后 3 点半是最敏感的时刻，“调头寸、轧票子”，急得团团转，真如热锅上的蚂蚁。

工商界处处讲求时效，分秒必争，因此弄得人人紧张，无怪乎喊头痛的人会愈来愈多。头痛有损健康，更阻碍事业的发展，因为失眠、倦怠、注意力不集中、食欲不振、心神不宁等现象与头痛结伴而来，对您的为人、做事都会产生不利的影响。

午后 3 点半如何过关？我们恕难给您一个满意的答复。但是若您有了头痛的麻烦，我们却能给您提供一个绝佳的对策——

由××药厂精心研制的××具有两大特色：

A 不含剧药（如非那西汀、咖啡因等），是不会危害人体的镇痛良药；

B 独具××药厂专利的 ADA 成分，能促进吸收，迅速渗入血液，发挥疗效，且对胃酸有缓冲效果。

××治头痛效力快，是您的锦囊妙“计”！

××保护您无痛、健康、快乐！

（3）股票跌停，怎么办？

您参观过证券交易市场吗？

那是个最能表现“快节奏”的现代生活场所，在鼎沸的叫卖声中，涨、涨、跌、跌……每个人的心都是七上八下的。

现代人生活在竞争、急迫、繁忙的环境里，时时处于紧张不安的状态，很难有一丝喘息的机会，无怪乎头痛的人士愈来愈多了。头痛不但损害健康，更阻碍事业的发展，因为失眠、倦怠、注意力不集中、记忆力衰退、食欲不振、烦躁易怒、心神不宁等现象与头痛结伴而来，对您的为人、做事都会产生不利的影响。

股票跌停，怎么办？我们恕难给您一个满意的答复。但是若您有了头痛的麻烦，我们却能给您提供一个绝佳的对策——

由××药厂精心研制的××具有两大特色：

A 不含剧药（如非那西汀、咖啡因等），是不会危害人体的镇痛良药；

B 独具××药厂专利的 ADA 成分，能促进吸收，迅速渗入血液，发挥疗效，且对胃酸有缓冲效果。

××治头痛效力快，是您的锦囊妙“计”！

××保护您无痛、健康、快乐!

(4) 知识大爆炸, 怎么办?

这是一个日新月异的时代, 时时不断地有新技术、新方法、新观念问世, 人们必须不停地吸收、认识, 才能适应千变万化的社会, 才能胜任其所从事的工作。

尤其是印刷术的革新, 使出版物如山洪决堤般涌现, 知识的大爆炸已带给人们莫大的压力。

案头上堆积如山的书报、期刊、资料有待我们去吸收、消化, 但我们总觉得时间不够用, 总觉得力不从心……

现代人们生活在这种紧张、忙碌的知识大竞赛中, 无怪乎头痛的人士愈来愈多了。头痛不但损害健康, 更阻碍事业的发展, 因为失眠、倦怠、注意力不集中、记忆力衰退、食欲不振、烦躁易怒、心神不宁等现象与头痛结伴而来, 对您的为人、做事都会产生不利的影响。

知识大爆炸, 怎么办?我们恕难给您一个满意的答复。但是若您有了头痛的麻烦, 我们却能给您提供一个绝佳的对策——

由××药厂精心研制的××具有两大特色:

A 不含剧药(如非那西汀、咖啡因等), 是不会危害人体的镇痛良药;

B 独具××药厂专利的 ADA 成分, 能促进吸收, 迅速渗入血液, 发挥疗效, 且对胃酸有缓冲效果。

××治头痛效力快, 是您的锦囊妙“计”!

××保护您无痛、健康、快乐!

七、企业兼并文书

××市企业兼并市场实施方案

(20××年×月×日印发)

一、市场宗旨

适应深化企业和社会资源优化配置的需要, 为扩张企业发展并为亏损企业求生存提供市场信息和促进企业兼并行为经常化规范化创造条件。

二、交易原则

××市企业市场是跨地区、行业、部门的企业转让交易场所, 面向全民或集体所有制, 面向中外合资、外资、私营企业, 本着“自愿互利, 有偿转让, 依法办事, 有利于城市规划和生产发展”的原则进行交易。

三、领导机构

市企业机制领导小组是企业兼并市场的领导机构。其职能是: 组织制定企业兼并的政策规章, 领导企业兼并活动, 统筹协调兼并中的有关问题, 审查批准企业兼并报告, 促进企业兼并的开展。

四、市场组织

由中国工商银行××市分行，市财政、税务、审计局组成××市企业兼并市场事务所，作为××市企业兼并市场的下设办事机构。该事务所挂靠在市国有资产管理部門。同时，发展若干经纪人，充当企业兼并的中介人。该事务所是以服务为主的营利性社团法人，其主要任务是：提供交易场所，发布各种信息，组织情况调查，建立企业档案，组织资信评估，提供可行性报告。事务所按产权转让总额万分之一的比例收取手续费，作为办事经费的来源。

五、交易方式

企业兼并市场采取举办交易会、信息发布、定期挂牌公布等多种方式开市，既可以由企业之间直接洽谈，互相协商，也可以由双方委托各自的经纪人间接磋商，并为各方提供方便和服务。

六、上市条件

到企业兼并市场进行交易的，应是具有相应资产的独立法人，交易双方要提供真实合法的产权证明条件，被兼并方要提供资产和债务的明细清单和在职、退休职工名册，工资福利待遇等主要资料证明，兼并后企业发展方案和帮助被兼并企业偿还债务，安排职工的意见书。

七、交易手续

符合上市条件的企业进入市场交易时，应先申请登记，然后由企业兼并市场提供真实、准确和可供选择的有关交易对象情况的材料，再由双方自主选择交易对象，进行直接或间接商洽。有偿转让费的数额既可委托有关信息咨询部门进行评估，也可由双方商定。在双方取得一致意见的前提下草签交易合同意见书。

八、法律程序

交易合同一经草签，即由交易双方共同起草企业兼并可行性报告，连同交易合同一并报国有资产管理部門审查和市企业机制改革领导小组批准。交易双方再根据批准文件签订正式交易合同书，办理法律公证手续，并在有关部门参与下，办理各项交接事宜。

本方案未尽事宜，可根据市场发展情况，由市国有资产管理部門作出修改补充。

八、经营决策报告

××轴承厂 2006 年工厂方针、目标及对策

为了搞好我厂的经营管理，增强企业活力，提高经济效益，争做省先进企业单位，现制定了 2006 年工厂方针、目标及对策，内容如下：

我厂 2006 年的办厂方针是：以生产经营为中心，以提高经济效益为目的，全面实行经济承包制，抓好现代化管理，上品种、上质量、降消耗、降成本，两个文明一起抓，确保利润××万元，力争利润××万元，希望实现净利润××万元。

一、各项目标

（一）改革目标

- 1 改革领导体制。
- 2 改革经营管理。
- 3 改革行政管理机构。
- 4 改革劳动人事制度。
- 5 完善、改革工资制度。

（二）经营目标

- 6 实现利润总额 $\times\times$ 万元。
- 7 实现销售收入 $\times\times$ 万元，销售上浮净额 $\times\times$ 万元，销售门市部实现利润 $\times\times$ 万元。
- 8 定额流动资金平均余额 $\times\times$ 万元，定额流动资金周转天数为 \times 天。
- 9 钢材利用率为 $\times\%$ 。
- 10 可比产品降低率为 $\times\%$ 。
- 11 轴承钢利用率为 $\times\%$ 。
- 12 万元产值耗电为 \times 万元/（千瓦·时）。
- 13 产值耗能为 \times 标准煤吨 / 万元。
- 14 实现增产节约计划 \times 万元。
- 15 广开门路，多种经营。
- 16 劳动服务公司实现利润总额 $\times\times$ 万元。
- 17 资金利税率 $\times\%$ 。
- 18 利税总额为 $\times\times$ 万元。

（三）技术质量指标

- 19 产品主项合格率为 $\times\%$ ，产品全项合格率为 $\times\%$ 。
- 20 精备储备率为 $\times\%$ 。
- 21 综合废品率为件率 $\times\%$ ，值率 $\times\%$ 。
- 22 一次交验合格率为磨削率为 $\times\%$ ；成品为率 $\times\%$ 。
- 23 保证优质产品质量。
- 24 实现重点技术改革、技术措施项目。
- 25 新产品开发：GL1，GL2，GL3，滚球框体，纱锭轴承：HT812、HT813，180306K，50216，103，66314，外圈 螺杆轴承，180308K。
- 26 老产品改造：303、633（B、60218、80218、150218）。

27 废品损失金额低于××万元。

（四）生产目标

28 工业总产值（不变价）××万元，其中，钢球产值：××万元。

29 产品产量：轴承×万套、商品球××万粒，其中纱锭轴承×万套。

30 品种 128 个。

31 均衡生产：日均衡实现×%。

32 设备完好率为×%，设备大修 28 台。

33 全员劳动生产率××元 / 人/年。

34 工时利用率为×%。

35 定额完成率为×%。

36 职工出勤率为×%。

37 工伤事故频率为×%。

38 环保三废治理达到国家要求标准。

（五）企业管理目标（略）

（六）生活福利目标（略）

二、主要对策

（一）改革目标主要对策

1 全面实行厂长负责制，车间主任、科长负责制，层层组阁，成立厂经营管理委员会。

2 划小核算单位，以钢球分厂为试点，实行独立核算，自负盈亏，车间承包工作以九车间为试点。

单项承包在巩固 2005 年承包面的基础上逐渐铺开。对供应科钢材供应一项立即进行承包，确保原材料按时组织进厂。

3 精简行政管理机构，精简人员。强化经营决策系统，强化劳动服务公司，强化新产品开发和信息系统。

4 取消干部终身制，实行招聘制、任期制、一般干部试用制。新工人入厂需经考试，择优录取，规定试用期。

5 逐步完善工厂分配制度，使其真正体现多劳多得、按劳分配的原则。改革现行津贴、奖金制度。

（二）经营目标主要对策

6 严格执行月份成本利润计划。

7 按时完成承揽任务，搞好用户服务，严格执行合同，及时发货，及时催收货款、降低销售费用。销售科继续实行年度全额经济承包。

8 严格按指标控制，实行指标分解，资金下库，落实到班组和人头，定期检查考核，并列为负责制

重点考核项目之一。清仓查库、修旧利废，压缩生产周期，及时结算。

9 严格控制成本开支，压缩非生产性开支，开源节流，增收节支，实行目标成本管理。

10 严格管理，健全手续。节约工具、工装、提高淬火质量，加强修复改制，回收复用，加强钢材库的管理。

11 改革工艺，降低废品。严格控制期量标准，加强修复改制，挽救废品。建立切实可行的奖励办法。加强在制品管理，防止掉队丢失。对锻造车间质量问题要进行重点攻关，坚决把废品率降下来。

12 落实节电措施，严格控制用电指标。实行奖惩，改造退火炉，人走机停、灯灭，节约用电、降低单耗。

13 继续推广应用 ABC 物资重点管理法，实行计统业务的小视板管理，对煤、电、油主要能耗严格控制，设立节约奖。

14 严格按逐月成本利润计划安排的节约项目，进行月考核，实行奖罚。全年实现节电 15600 千瓦·时，节煤 508 吨，节水 0 5951 万吨。

15 广开门路，厂乡联办石棉矿。抓紧掘进，争取早日实现经济效益；开展多种经营，发挥工厂优势，开展对外承揽加工；紧缩外协项目，开源节流；建立轴承销售门市部，经营多种轴承，兼管其他。

16 全面实行单项承包，机加工、水电焊对外加工；办好砂轮制造、电修班、中餐部，大胆开拓，上新项目，开发第三产业，服务厂内，争创效益。

17 按月实现利税总额，压缩定额流动资金。

18 全面加强经营管理，实现工厂方针目标，按期完税，合理留利。

（三）技术质量目标主要对策

19 加强 TOC 管理，加强重点工序质量管理与控制，加强工序间质量检查。

20 严格工艺纪律，严格执行国际标准、国家标准及厂内控制标准。

21 按各车间工序废品指标严格控制，大力提倡修复改制，严格奖惩。

22 按规定严格考核，搞好工序间质量抽查、成品抽查，实行奖惩，作为操作者主要考核项目。

23 巩固 205 部优、204 市优质品称号，严格执行工艺，严格检查，不合格坚决不出厂，保持声誉。

24 按 2006 年“厂技术组织措施计划”，安排技改措施项目，认真组织落实、按期实现。

25 迅速组织力量落实新产品试制、鉴定工作，形成批量生产能力。厂组建新产品开发机构，招聘负责人，建立新产品开发试验基地，组建试制车间。

26 迅速组织落实，试制更新，确保年内实现。

27 严格工艺纪律，坚持首件必检，群检与专检相结合，消灭批量废品事故，降低废品率，搞好在制品管理，搞好产品质量重点问题项目攻关。

（四）生产目标主要对策

- 28 加强计划管理, 按月完成厂生产作业计划, 严格考核。
- 29 加强计划管理和产前准备工作, 强化调度指挥系统, 按月完成生产作业计划, 严格进行考核。
- 30 加强全面计划管理, 积极组织原材料进厂, 按月完成品种指标, 搞好新产品设计、试制及产前准备, 加强市场调查及用户服务, 对老产品进行研究改造。
- 31 在保证旬计划的基础上, 要力争达到日均衡; 认真按月份作业计划考核, 认真执行旬、周、昼夜班计划。
- 32 加强 TPM 管理, 开展项目修理, 严格考核, 实行周检查, 月评比; 实现全年大修设备 28 台。制定设备管理分等标准, 实行挂牌制。
- 33 合理组织劳动, 严格按定员、定额组织生产; 压缩非生产人员, 严格控制工种变更, 加强充实生产第一线: 年平均职工在册人员控制在 1850 人以内。
- 34 保证机械设备正常运转, 做好产前准备工作, 压缩“七待”时间, 充分利用工时。
- 35 要坚持对厂劳动工时定额标准进行半年一调整, 一年一次全面修改, 保持其平均先进的定额水平, 推广“四新”提高工时利用率, 提高工人技术和操作水平。
- 36 加强医疗防治工作, 组织晨练; 加强职工的思想政治工作, 牢固树立职工的主人翁责任感。
- 37 周检查, 月评比, 平时认真巡逻检查, 组织好安全网, 发现事故苗头、隐患, 要及时处理。
- 38 认真落实达到国家标准, 重点解决锻造烟尘, 加强技术改造。

(五) 企业管理目标主要对策(略)

(六) 生活福利目标主要对策(略)

以上经营决策由厂企业管理办公室负责检查。

评价负责人刘××

各项目标具体负责单位、负责人会签。

九、新产品开发计划书

××产品开发计划书

一、内部考虑因素

(一) 选择新产品

- (1) 市场情报;
- (2) 新产品性质(组合、改良、新用途或是新发明);
- (3) 估计潜在市场;
- (4) 消费者接受的可能性;

(5) 获利率的多少。

(二) 新产品再研究

(1) 同类产品的竞争情况;

(2) 预估新产品的成长曲线;

(3) 产品定位的研究;

(4) 包装与式样的研究;

(5) 广告的研究;

(6) 销售促进的研究;

(7) 制造过程的情报;

(8) 产品成本;

(9) 法律上的考虑;

(10) 成功概率。

(三) 市场计划

(1) 决定产品定位;

(2) 确立目标市场;

(3) 品质与成分;

(4) 销售区域;

(5) 销售数量;

(6) 新产品销售的进度表。

(四) 产品

(1) 产品的命名;

(2) 商标与专利;

(3) 标签。

(五) 包装

(1) 与产品价值相符的外貌;

(2) 产品用途;

(3) 安装的式样;

(4) 成本。

(六) 人员推销

(1) 推销技巧;

(2) 推销素材 (DM、海报、标签等);

(3) 奖励办法。

(七) 销售促进

(1) 新产品发表会；

(2) 各种展示活动；

(3) 各类赠奖活动。

(八) 广告

(1) 选择广告代理商；

(2) 广告的目标；

(3) 广告的诉求重点；

(4) 广告预算与进度表；

(5) 预测广告的效果。

(九) 公共关系

(1) 与有关机构的公共关系；

(2) 与上下游广告商的公共关系（供应商与经销商）；

(3) 公司内员工与管理者的关系；

(4) 与各传播媒体的公关。

(十) 价格

(1) 制定新产品的价格；

(2) 研讨公司与消费者的利润；

(3) 研讨合理的价格政策。

(十一) 销售渠道

(1) 直销；

(2) 经销商；

(3) 连锁商店；

(4) 超级市场；

(5) 大百货公司；

(6) 零售店（杂货店、百货行、食品店、药房等）。

(十二) 商店陈列

(1) 商店布置；

(2) 购买点陈列广告（POP，包括海报、橱窗张贴、柜台陈列、悬挂陈列、旗帜、商品架、招牌等）。

(十三) 服务

- (1) 售中服务（销售期间的服务）；
- (2) 售后服务；
- (3) 投诉的处理；
- (4) 各种服务的训练。

（十四）产品供给

- (1) 进口或本地制造；
- (2) 品质控制；
- (3) 包装；
- (4) 产品的安全存量；
- (5) 产品供给进度表。

（十五）运送

- (1) 运送的工具与制度；
- (2) 运送过程维持良好品质的条件；
- (3) 运费的估算；
- (4) 耗损率；
- (5) 耗损产品的控制与处理；
- (6) 退货的处理。

（十六）信用管理

- (1) 会计程序；
- (2) 征询调查；
- (3) 票据认识；
- (4) 信用额度；
- (5) 收款技巧。

（十七）损益表（企业营运与盈亏状况的报表）

- (1) 营业收入；
- (2) 营业成本；
- (3) 营业费用；
- (4) 税前纯益与税后纯益：

二、外部考虑因素

（一）消费的行为研究

- (1) 购买者的需要、动机、认知与态度；

- (2) 购买决策者、影响决策者、产品购买者、产品使用者；
- (3) 购买时间；
- (4) 购买地点；
- (5) 购买数量与频率；
- (6) 购买者的社会地位；
- (7) 购买者的所得。

(二) 与消费者的关系

- (1) 产品特点与消费者的利益；
- (2) 消费者潜在的购买力。

(三) 与竞争对手的比较

- (1) 公司规模与组织；
- (2) 管理制度；
- (3) 推销员的水准；
- (4) 产品的特色与包装；
- (5) 产品的成本；
- (6) 价格；
- (7) 财务能力与生产能力。

(四) 政府、社会环境与文化背景

- (1) 法律规定；
- (2) 经济趋势；
- (3) 社会结构；
- (4) 人口；
- (5) 教育；
- (6) 文化水准；
- (7) 国民收入与生活水准；
- (8) 社会风俗与风尚。

十、新产品开发策划

××公司的产品策划

×年×月×日，××公司召开由 1500 人参加的股东大会，××公司的董事长及其创始人宣布了一条

惊人的消息：深受媒体关注的××计算机首次上市了。短短 100 天内，××公司就销售了××计算机 75000 台。

1 产品开发

××公司开发了一种人人都能使用的新型计算机，很容易操作，有一个“用户界面”，人们在这一界面上只进行简单的操作即可进行人机对话。使用者通过鼠标来进行操作，利用鼠标可以做许多键盘输入所不能做到的事，操作简单、直观、迅速、方便。

2 市场定位

在投入大量人力、物力进行科技开发的同时，××公司还增加了行销人员，展开了市场分析。策划人员投入大量的时间研究市场定位的问题，找出目标使用者，确定该产品的使用对象，决定如何向潜在使用者灌输这些新概念，以便开创出一个崭新的市场。

策划人员认为该产品的目标市场并非传统的细分市场，它必须突破传统观念的界限，以具有一定知识的人们为目标市场。

这些人是指坐在办公桌前，工作内容的大部分为解决各种问题。他们中只有少部分人对计算机有一定程度的了解，大部分人未接触过计算机，而他们的许多工作又离不开计算机。

××计算机的优势就在于人们只要花 2~4 小时就可学会使用方法，因此，预计大多数工作人员都将对它感兴趣。

该公司企划主管在产品策划书中写道：试把××计算机看做是一种工具，它能使人们有机会一展创造性的头脑。也许人们每天上班只需花 15%~20%的时间来使用它，但是它将为您带来巨大的效益。您将发现，它将成为办公室生活中不可缺少的一部分。

3 竞争对手

竞争对手优劣分析（略）

4 挖掘优势（略）

5 选择厂址（略）

6 销售宣传

在正式推出前，××公司寄出 300 个包裹给各地的新闻记者，里面除图片新闻稿外，还有一件小礼物。经过 4 年的辛勤努力，一切工作就绪，××计算机轰轰烈烈地上市了。

十一、业务方案

谈判业务方案

（一）形势与分析

×国××公司代表继去年 10 月份到我公司洽谈业务以来，将于今年 3 月份再次来我国，并与我公司洽谈羊绒、驼毛业务。近一两年来我国羊绒市场一直处于供大于销的冷淡局面，各地库存严重积压，外销市场疲软，尤其是羊绒几乎无人问津。出现这种情况的原因除经济环境的影响外，还在于外商对我国羊绒价格的下调有足够的思想准备。大多数前来洽谈的外商都属于试探性质，估计在我公司调价前不会轻易买货。

根据我们对市场的调查，以及从各外商机构处得到的信息，上述情况表明市场虽不乐观，但却出现了一些松动的征候，适当降价将有利于羊绒的出口。在这种形势下，对××公司代表的来访，只要我们做好接待、谈判工作，将价格调至合理水平，成交一些业务以安定市场，促使羊绒市场转机的提早到来是有可能的。

（二）来访意图

去年 10 月×国××公司代表来我公司洽谈业务，谈判时，由于对方提出对已签合同推迟交货、延期付款的要求，因此，致使谈判气氛比较紧张。这次该公司委派董事会主席前来洽谈，可能有意缓和僵局，以期达到与我公司搞好关系以加强与我公司友好合作的目的。此外，还可能有下列几个意图：

①与我公司探讨有关我国羊绒市场的经营方针，商讨羊绒现行价格调整的可能性及幅度。

②鉴于经济衰退、信贷紧缩、成品销售下降等不利因素，该公司代表这次来访还可能向我公司提出改变以往每年在交易会上分两次订购，而采取分期分批随需随买方式的有关建议。

③该公司代表还可能向我公司提出增加佣金和同意延期付款的要求。

（三）谈判中的策略和做法

谈判拟采取先听情况后开价格的方法。先让该公司介绍市场情况，提出对价格的意见，在摸清该公司买货意向的基础上，亮出我公司的新价。关于下调价格的问题，经初步研究决定，羊绒价格下调 30%~35% 为宜，争取能按此价与该公司成交。鉴于目前的经济形势，根据该公司提出的放宽付款条件，结合业务的实际成交量，适当考虑同意临时性延迟一二十天付款，佣金可适当提高 0.5%。

这次成交数量如在 100~300 吨之间，我公司即按上述调价幅度掌握，争取达成交易。除非该公司的购货量能决定我公司年羊绒销量的大局，否则我公司不再行考虑更大的降价幅度。如果该公司无意买货，我公司仍应开出新价，为与其他客户开展新的业务而铺平道路。

整个谈判仍坚持以往的做法，姿态要高，不计较枝节问题，不介意购货数量的多少，不能让该公司产生我公司急于求售的错觉。总之，谈判中采取内紧外松的原则，紧紧把握住价格这一关键问题，通过洽谈达到我公司预想的目的。

××皮毛进出口公司

×年×月×日

十二、生产成本分析

（一）概述

生产成本分析是指企业在经营活动中，对构成生产成本的诸多因素进行数量分析而写成的书面报告。

生产成本是构成产品价值的基础。在现代经营活动中，它是随着外部环境的变化而变化的，在动态中发展着，正是由于这种动态的变化时刻影响着产品价格的升降，所以企业在经营中不能随心所欲，要做到有的放矢，从而达到降低企业的生产成本、增加经济效益的目的，使企业在良性循环中成长。

生产成本分析的作用主要有：

（1）通过成本分析找准产品在市面上的价值是最关键的，它为正确指导领导决策、控制市场、调整产品结构提供了有利条件。

（2）成本分析需要很强的综合能力，它不仅需要运用到专业技术知识，还需要运用到一些实务知识。

（3）生产成本分析对企业经营管理水平的高低具有很重要的指导作用，从而为企业经济效益的提升打下坚实的基础。

从时间上划分，生产成本分析的种类有年度生产成本分析、季度生产成本分析、月度生产成本分析。

（二）编制方法

生产成本分析的格式一般由标题、数据表格、文字分析说明三部分组成。

（1）标题。生产成本分析的标题由成本分析单位、分析日期、分析内容三部分构成。

（2）数据表格。生产成本分析数据表格的一般内容有：原料成本表、工费成本表、分品种的单位成本表。

（3）文字分析说明。生产成本分析的文字分析说明是以数据表为基础，找出成本提高的主要因素，然后提出整改措施。

生产成本分析从构成成本的诸要素（原料成本和工费成本）的波动入手，找出影响总成本升或者降的主要原因，对影响成本升或者降的主要指标的分析要深入透彻。常用的成本分析方法有指标对比法、成本分析法、连环代替法和差额计算法等。成本分析的落脚点是落实，如果成本分析仅仅停留在纸面上，那就失去了成本分析的根本意义。

十三、产销情况分析

（一）概述

产销情况分析是对生产和销售情况进行总结分析而写出的书面报告。

产品计划完成情况是产品的实物量的实际生产值，它决定了产品的销售量，是销售实物量的基础，而

库存量则反映了产品的市场供需状况，当某一产品的库存降为“0”时，则说明该产品市场走俏；反之，某一产品的库存量陡然上升则说明该产品市场走软，销售不畅，应该采取措施，调整产品结构，增加适销对路产品的生产量，以便最大限度地占领市场。所以说，产销是企业经营的命脉，是辩证的统一体。产销分析就是分析影响生产或者销售的原因，找出市场的热点，做好产销平衡和衔接工作，以改进经营管理，最大幅度地提高企业的经济效益。

（二）产销情况分析的作用

（1）作为生产计划编制的依据。通过产销情况分析，企业就可以准确地知道市场的平销品种、畅销品种、滞销品种，因而为企业生产计划的编制提供了市场依据，从而避免了企业对市场的盲目性，为企业减少了经济损失。

（2）为生产和销售搭建了桥梁。企业的生产系统是属于自我封闭型的系统，而销售系统是与外界密切联系的开放型系统，所以它们必须服从市场的安排，否则脱离市场的生产或销售，必然远离消费者，给企业带来巨大的经济损失，而这两个系统的衔接就决定于产销分析。

（3）以产销分析为基础，认真做好企业内部的生产平衡工作。

（4）以生产分析为基础，通过企业产销工作的衔接，避免企业内部各自为政、互不通融局面的产生。

（三）产销情况分析的种类

产销情况分析按时间可分为，月度产销情况分析、半年度产销情况分析、年度产销情况分析。

（四）编制方法

产销情况分析的格式，大致由标题、数据表格和文字分析说明三部分组成。

（1）标题。产销情况分析的标题由分析单位、分析日期和分析内容构成。

（2）数据表格。产销情况分析的数据表格一般要把实际产量、销量与计划产量、销量进行对比说明，以反映企业完成任务的实际情况。

制订和填写表格要准确无误，数据来源必须真实可靠。数据表格是产销分析的基石，应置于分析报告的开头。

（3）文字分析说明。通常要分析当前市场的热点在什么产品上，市场的冷点在哪里，同时要对市场的趋势做好准确的预报，以便企业的决策者能及时调整产品结构，获取较大的经济效益。

十四、项目建议书

2008 年政务新区商务酒店项目建议书

一、项目名称

政务新区商务酒店。

二、项目背景

项目区位于政务新区东侧。我区是一个拥有 45 万人口的能源新区，地理环境极佳，存在巨大的消费潜力，至今没有一个上规模、上档次的商务酒店。

三、项目建设内容及规模

兴建商务酒店一座，层高 9 层，占地 50 亩，营业面积 20000 平方米，内设电梯，集餐饮、娱乐、购物为一体，实行一条龙服务。

四、市场分析

地处××区中心地带，公路四通八达，交通十分便利。紧靠政务新区，是从事商贸经营的最佳场所。

五、项目投资估算

项目总投资 5000 万元，建商务酒店。

六、经济效益分析

年利润 800 万元，创利税 500 万元，6 年内收回投资。

七、项目建设条件及当前进展情况

该项目是××区的一个形象工程、标志工程，建成后，将产生可观的经济效益和社会效益。

八、合作方式

独资。

九、联系单位及联系方式

联系单位：××区招商办

联系人：×××

招商电话：(××××) ××××××××

十五、产品促销企划书

“林中鸟”服饰促销活动策划案

企划单位：“林中鸟”服饰有限公司

企划部企划人：(略)

完成日期：2002 年 5 月

目录：(略)

眼下的温州市场，已经硝烟四起，可以预计这次价格战在今年（2002 年）五月份将还会延续下去。如果是这种情况，在短期内会对“林中鸟”有利，因为这样使“林中鸟”和其他产品的品牌地位得以确立；但如果持续时间太长则会造成两败俱伤，所以“林中鸟”必须早做打算，稳步前进。活动的开展一定要有

系统性和规范性。

一、市场现状与分析

（一）市场背景

1 全国各地休闲服市场竞争激烈。休闲服企业不断增多，商家不断涌现，休闲服市场的空间越来越小。

2 产品结构雷同。但老品牌占上风。眼下，虽然几家休闲服公司的产品结构雷同，但是依旧是老品牌占据上风，原因是它们的市场积累丰厚。

3 品牌形象综合。从广告宣传、营销水平、品牌号召力到消费者选择偏好，“林中鸟”整体上和它们比还是有一定距离。由于各家品牌公司的服饰结构，甚至品牌形象都很雷同，所以在五月份必然会有一场激烈的价格战。温州消费者对休闲服饰的认识有了较大的提高，他们不仅仅是看产品，同时还追求价格比例。

（二）品牌竞争状况（温州地区）

第一集团军：邦威、高邦，属于领先品牌。

第二集团军：森马、拜丽德，属于强势品牌。

品牌及企业特点：品牌知名度高，企业实力强大，广告投入大。实施本地化战略，降低成本，强化竞争力。

（三）消费者状况

消费者对休闲服饰已经认同，经常购买者占 78.89%，偶尔购买者占 8.15%，只有 2.96%的人从来不购买，但年龄结构明显偏小。

消费行为特征：重视价格，但对品牌附加值概念模糊，但也已有一部分消费者认识到这一点。

（四）“林中鸟”的市场表现

知名度、美誉度不太高。有一定的市场占有率，尤其是南方市场，同时今年（2002）年产品开发还有一定的竞争力。虽然有前一段时间的特价优势，但综合实力表现不突出。

结论：市场潜力极大，培育转变引导消费者任务极重。消费者已经养成了穿休闲服饰的习惯，这个消费习惯是几个品牌公司共同促成的。从长远来说，目前有相当一部分消费者会有换口味的倾向，市场潜力极大，但培养消费者的消费习惯是较长期的循序渐进的过程，“林中鸟”任重道远。

综上所述，如何让消费者理解“林中鸟”是真正的名牌，显得尤为重要。必须利用新店开业的契机和一系列品牌推广活动，表现“林中鸟”品牌内涵，从而达到轰动效应。

“林中鸟”问题很多，但可变因素也很多，只要方向对头，工作到位，就会有良好效果。其中两点很重要：一是产品特点，产品质量很好，只是原来没有把它很好地传播出去；二是“林中鸟”影响面不大，但让人有亲切感。可谓风险与利益同在，机遇与挑战并存。

二、活动目的

- (一) 充分展示“林中鸟”独特的个性魅力。
- (二) 提高“林中鸟”的美誉度。
- (三) 以温州市区林中鸟专卖店为源头效应，带动周边地区的专卖店的销售。
- (四) 促进“林中鸟”在市场的的发展。
- (五) 提高营业额。
- (六) 增加社会效益。
- (七) 增强公司全体员工的凝聚力。

三、活动主题

活动主题：火红五月别样天

四、活动口号

活动口号：你火了吗？

意为：

- (一) 消费者应该抛弃过去陈旧的消费理念，重新选择消费目标。
- (二) 消费者应该选择新的品牌消费，该换换口味了。
- (三) 酷暑即将来临应该添置几件清凉的服饰了。
- (四) 充分展现消费者个性化消费。
- (五) 体现“林中鸟”夏季服饰已经全新上市。
- (六) 体现“林中鸟”在不断地完善自己。

五、活动地点

活动地点：所有林中鸟专卖店

六、活动时间

活动时间：2002 年 5 月 1 日至 5 月 15 日

七、活动内容

- (一) 针对文化衫进行捆绑销售，设计活动包装。
- (二) 所有重点活动区域的产品都进行立体包装。
- (三) 利用 20 元的特价服饰和眼下主款服饰进行有机搭配销售。

注：具体销售手法，由商务部和计划部提供。

八、广告策略

由于本次活动属于常规策略活动，它是“林中鸟”下半年活动的序幕，所以这次活动的重点不在于活动内容，而在于媒体的运作，所以本次媒体投放的质量尤其重要。另外在新货上市之际，还要加大力度宣

传产品的功能性和实用性。

（一）广告创意原则：以理性诉求为主，以感性诉求为辅。

（二）媒体选择

本次活动主要将宣传应用在终端布置，届时不需要媒体宣传。

（三）软广告

1 在温州电视台及有线台以新闻形式发布消息和软广告。

2 在温州本地几家主要报纸上发布新闻。

（四）软广告主题

全面启动“凉一夏”促销活动

（五）广告语：你火了吗?你应该火了!全世界无产阶级联合起来!林中鸟时尚服务区。

（六）广告诉求目标：追求时尚的消费者；收入较低的消费者。

（七）广告表现策略：要新、准、巧。

（八）店堂终端布置

整个色调采用红色或粉红色来渲染，借此来展现五月节日的氛围，除了常规的布置以外，本次活动还要注重细节上的点缀，如营业员脸上需要划一个镰刀和斧头的标志，营业员在见顾客的时候，都要问“你火了吗?”。

九、费用预算（略）

十、综合评述（略）

十六、旅游营销策划方案

2008 年×山旅游营销策划方案

×山是个风景如画、让人们魂绕梦牵的旅游胜地，自古以来就为文人墨客所钟爱。这里秀美山川于华丽的诗文交相辉映，向世人呈现了一幅景文交错的人文自然景观。×山景区有山、有川、有湖、有桥、有街、有村、有特产、有宗教。对不同信仰，不同层次，不同追求的人都有着独有的吸引力。佛有九华，道有齐云。这里更有丰富的物产，涵盖众多品种，富有特色，让人同样向往。

一、×山商务度假旅游现状

现在，这里更成为海内闻名的旅游目的地。但是随着旅游业的深入发展，目前×山旅游业也面临着资金投入不足，旅游开发力度不够的现象，很多旅游者来这里看了就走，驻留时间短，配套设施不完善，大部分旅游资源都被浪费了。而此时国内目前很多省份都逐渐认识到没有高投入就没有高产出的道理，纷纷研究出台优惠的投资旅游的新政策，加大当地旅游开发的力度。不过，由于各种原因，他们中大多数企业

和政府的举动还只是研究考察阶段，比×山旅游开发慢了一拍。如果我们要想抢占先机，就要加大资金投入、提高营销和策划力度；就要先发制人抢占国内商务、度假旅游市场的制高点，由此看出加快开发×山旅游资产已经是如箭在弦。

二、×山商务度假旅游开发的主导思想——人文、品质结合并重，打造不可模仿的吸引力

开发×山决不是单纯的地产开发，或是仅凭开发×山当地的秀丽山水，更要开发当地的人文和历史文化，把×山旅游放在一个大的背景当中去，让×山项目更具文化底蕴，在吸引高档商务旅游者时另具独特的吸引力。

三、×山商务度假旅游品牌开发的策略——打造属于自己的商务旅游顾客群

打造×山商务旅游的品牌，就要对目标顾客进行认知方面的影响，使他们把×山视为他们生活的一部分，视为他们情感的寄托之一，让他们真正自愿地加入到我们设计的×山商务旅游文化中去，成为×山商务旅游文化的一部分，把×山旅游度假视为他们的首选目标，打造出属于×山商务旅游自己的旅游顾客群。

四、×山商务度假旅游保持长久吸引力的利器——主题性、连贯性、趣味性、参与性节目开发

旅游节日是旅游地一道亮丽的风景，很多著名的国际旅游胜地都竞相推出各具特色的旅游节日，这些节日不只是内容花样繁多，形式也新颖别致，绝不仅仅是概念性的。他们给了旅游者一个又一个“来这里的理由”，创造出恒久的吸引力。

五、×山商务度假旅游居住群开发——建设时尚、品味、现代化、功能化的旅游度假别墅区

我们生活在一个有着 5000 年文化沉淀，吸纳了无数优秀文明的古老而有现代的国度。古老与现代是两个互相并不冲突的文化要素，商务旅游度假社区的现代化主要通过交通、购物、消费的方便、快捷、健康、自由、文明，信息沟通的快速、准确、畅通；配以先进的设备和训练有素的服务人员来实现。人文特色的实现则依托传统，古韵，超脱，深邃，智慧，个性，理念，情感等要素的融合发挥。实现度假区的社区化，服务化，功能化，是实现时尚和品味的有利平台。也是打造×山商务品牌的重要武器之一。

六、×山商务旅游开发的销售营销——建立多种销售方式相得益彰的全方位销售渠道网

要想让消费者更好的接触到商务旅游产品，就要建立全方位、多层次的销售渠道。最大限度地让产品被尽可能多的目标顾客群所了解。目前旅游产品的销售渠道主要有，连锁酒店集团网络，电子商务销售网络，代销、直销网络，旅行社销售网络，广告客户服务直销系统。有效的选择、搭配、控制、参与这些系统，搭建酒店销售联盟，构筑酒店业松散的企业联合集团等，是产品销售工作的成败的关键。

七、×山商务度假旅游融资渠道——积极的融资战略加快商务度假旅游开发进程

融资方式有，上市融资，证券化，基金，信托，向消费者出售部分股权，发行企业债券，银行贷款，合资，合作等方式。

八、×山商务度假旅游产品品种开发——吃、住、行、游、购、娱大布局

全方位满足旅游者的需要已经成目前国内旅游的发展的新课题，同时也是国际旅游发达国家试验成功

的发展模式。要做好商务度假旅游产品全方位开发，就离不开对市场，对目标顾客的细致的市场调查。在做好市场调查的同时，集中精力做好产品开发策划工作，真正把产品做活、做好。创造更多的持久的利润来源和增长点，使×山商务旅游产品真正具有竞争力。产品开发中不可避免要面对新产品的选择、开发、推广，新技术的应用，新思想的贯彻。针对每个产品，每个规格，都要具体分析，细致运作，长于规划，做一个精一个，处处出极品，不能虎头蛇尾，或者徒有其名。长久的努力才能创出极品×山，精品商务度假。精品×山，精品度假又会带来极品收益，精品利润。良性循环的建立反过来又节省大量资本。

×山商务度假旅游的前景无限，未来光明，必将成为民族旅游业内的一面标志性旗帜。

十七、政府商业策划方案

广州沿江地区商贸旅游开发总体规划与策划方案

一、开发背景综述

- (一) 历史背景（略）。
- (二) 商贸旅游基础（略）。
- (三) 经济点布局现状（略）。
- (四) 名城保护、旧城改造、×江整治的背景（略）。

- 1 名城保护、旧城改造组规划区的营销。
- 2 ×江整治为规划区营造良好的自然、人文环境。

二、衰退原因与再发展潜力分析

- (一) 地区衰退原因分析（略）。
- (二) 再发展潜力分析。

- 1 保存有大量重要历史建筑和历史风貌地段。
- 2 集中了许多名店老店。
- 3 拥有重要的区位优势 and 交通条件。
- 4 具有良好的经济社会发展态势。

三、规划年限和发展总目标

- (一) 规划依据（略）。
- (二) 规划范围和年限。

1 规划范围。

规划区地处××区南部，东至文德南路，与××区相邻，西至人民路与××区相接，北以××路为界，南临×江水域。主要包括沿江西路、长堤大马路、××二马路等；西起人民南路，东经××广场、××码

头至××南路；规划区总面积约为两平方公里。其中，××广场以东江边为码头区，沿江路主要为银行和酒吧、餐饮店，在此基础上加强管理，促进发展；××广场及其周边是××市城市规划的重点控制地带，市里已有专门规划；本规划的重点是××广场以西，以××路、××大马路、××路为主的区域。

2 规划年限。

规划期限：2002~2010 年；

规划近期：2002~2005 年；

规划远期：2005~2010 年。

（三）发展总目标。

总体发展目标：通过商旅互动的发展思路，体现以旅促商的规划理念，从挖掘、展示××老风情入手，着力构筑商业、旅游、文化、市政一体化发展的环境，突现四个观光休闲亮点，重构五大商群，强化两大批发经营特色，从而形成以××、××、×× 三条路整体发展、互动、互促、繁荣兴盛的商旅长廊。

总体发展目标：力争在规划期内，将本区建成××沿线上最美观，最具××老风情特色，富有××文化内涵，集聚人气，适宜营商、观光、休闲、购物、娱乐、饮食的商旅长廊，形成××人怀旧、体验老风情和外地游客非去不可的商旅休闲街区。

在总体发展目标之下，本规划立足于再现和强化该区的历史风貌，通过调整功能结构，重构合理商群；引入新经济体制，实现经营模式的提升和增强文化内涵、表现旅游创意，提高街区环境品位、构筑购物特色和塑造商旅精品形象，重振老字号雄风，重聚鼎盛人气，重现繁荣胜景。

（四）总体定位。

依据本区的历史文化、特色及优势，并考虑与××区总体形象的协调，本街区总体定位为：“××风情街区”。

定位依据：（略）。

四、空间布局和改造方案

（一）规划原则。

本区域空间布局和改造规划应遵循以下原则：

- 1 整体性原则。
- 2 特色性原则。
- 3 文化性原则。
- 4 “修旧如旧”，保持风格的原则。

（二）总体构想。

总体构想是“突现一个鲜明形象、利用两个最佳条件，主要整治三条街，构建五种商旅功能”。

- 1 规划“百载商埠老风情”精彩靓丽的商旅长廊，将××西路、××马路、××路、××二马路一

带改造和增设一批与开发主题相一致的休闲、娱乐、购物项目，成为一个集休闲、游览、购物于一体的××风情休闲商旅区。

- 2 利用两个最佳有利条件：××人文风情、×江自然风光。
- 3 主要整治三条街道：以长堤为重点，以××路和××做配套，附带改造附近相关街道。
- 4 突出五种功能：休闲、饮食、购物、游览、观光。

（三）功能定位及布局。

功能定位：（略）。

总体空间布局：（略）。

（四）××路规划。

- 1 总体设想。
- 2 建设××广场。
- 3 建设酒吧一条街。
- 4 建设两个入口，强化景观效果。
- 5 整饰建筑立面。
- 6 美化××桥和××大桥景观（两种方案）。
- 7 改造码头、建设观景台。
- 8 道路景观建设。
- 9 改善交通环境。

（五）××大马路规划。

××大马路在 1932 年以前是×江沿江街道，1932 年填塞××大马路前的江滩形成××大厦至总工会的××西路段。由于历史的原因，形成了××街道南北两侧在建筑风格、经营业态和繁荣程度上的显著差别。从 20 世纪 30~40 年代一直到 80 年代，这里是××最热闹、繁华的商业街，是昔日××十里洋场的发源地和中心区。因此，××大马路的规划要突现历史文化和××风情。其建设要从保护传统建筑风格、恢复和强化传统商业特色、宣传传统文化等角度出发全面考虑。这里是规划区重点规划地段。

- 1 总体思路。
××大马路以“四重四新”为规划思路。
- 2 建筑风格的保护和立面整饰。
- 3 “老字号”一条街的改造规划。
- 4 旅游剧院与文化娱乐场所建设。

（1）整饰××大戏院，建设旅游剧场；

（2）××大戏院周边配套建设和改造；

(3) 整饰××电影院。

5 ××商业结构调整规划。

(1) ××老字号商群：

(2) 旅游购物商群；

(3) 休闲娱乐商群。

(六) ××路规划。

××路在清代早期是××的江岸，此后×江向南移动，××路成为内街。这里靠近××传统的码头，历来商业发展较好。现在××路是全国最大的干果海味和玩具礼品专业街，在国内及东南亚都有一定的影响。这里也是骑楼登陆××较早的地区和保存良好的骑楼式商业街。因此，根据××路的历史和现状特点，配合沿江地区的开发，××路的规划应侧重于强化商业功能、调整商业布局，保护建筑风格、发挥旅游功能。

1 总体构想。

总体思路是“一街二特色三思路”，即：

(1) 发展商业购物一条街，汇聚人流，凝聚人气；

(2) 保持和强化传统干果海味食品专业街、文具玩具精品街两大购物特色；

(3) 以四条发展思路重构批发一条街。

2 建筑整饰和风格保护。

(1) 保护和整理××路商业街这条××市最早、最气派、保存最完好的骑楼建筑；

(2) 保护和整饰××大教堂（国家级文物古迹）及周边建筑；

(3) 修整路面，特别是骑楼下面的人行道；配合城市管理，治理商业经营和道路交通环境。

3 商业功能的强化和业态调整。

(1) 强化两大批发商群；

(2) 发展青少年消费商群。

4 旅游功能的配套和引导。

五、文化及地方特色保护与开发规划

××是具有 2000 多年历史的名城，积淀了丰厚的文化内涵，体现了鲜明的岭南文化特色。而××又以××区历史文化最悠久，××市历代城址的变迁都是以××为中心向外扩展的。文化是一种精神现象，是客观存在于社会精神中的反映，它具有不可触摸性。但它往往凝聚在一定的载体中，人们可以在园地功能环境中感受和体验，规划区的历史变迁、街区形态、建筑风格以及人们进行商业经营、对外交流等方面呈现的文化总体折射出了这一街区的地方特色。通过调查分析文化价值和资源特点，确实保护范围和内容（主要是文化载体的保护），以一定形式展示文化内涵，对规划区的发展十分有意义。在整个×江沿线上，

本规划区是文化特色最鲜明和最有内涵的一段。

（一）文化特色。

规划区的文化特色具有以下几方面的特点：

- 1 历史的悠久性。
- 2 文化的综合性。
- 3 内涵的丰富性。

（二）保护点及范围的确定。

- 1 建筑的保护。
- 2 “老字号”的保护。
- 3 ××书院和××会馆的保护。
- 4 ××石遗迹（址）的保护。

（三）文化内涵的挖掘及表现手法。

规划区的文化内涵极其丰富，要深入挖掘。文化内涵要通过一定实物、环境或宣传来展示，即通过“虚”（以故事、传说的讲述和宣传来表现）、“实”（通过建筑、遗址、遗迹等来展现）以及虚实结合的手法来表现，将无形的文化结合有形的载体进行有形展示。

1 历史文化。

规划区历史悠久，名人及故事众多，每一个街区，每一个建筑都可能包含着一段历史，体现着一定的历史文化内涵。这里仅阐述几个方面：

- （1）××传说文化；
- （2）×江岸线变化的历史。

2 商业文化。

- （1）在“老字号”店铺前刻碑文或挂牌匾加以说明；
- （2）引进“老字号”。引进因城市改造等原因而失去依托的“老字号”，或与经营较好的老字号合作进行连锁经营。

3 建筑文化。

建筑文化最直观。这里的建筑，特色鲜明、文化内涵丰富，以保护文化的形式进行展示。

- （1）骑楼文化；
- （2）哥特式建筑文化；
- （3）××大厦的建筑文化。

4 饮食文化。

5 影剧院文化。

6 宗教文化。

7 会馆和书院文化。

六、交通调整及交通环境建设

商业的发展和旅游的兴旺有赖于良好的区位条件，交通的改善将大大强化区位优势。目前，规划区交通管理措施需要加强，交通状况显得比较混乱，道路呈现拥挤状态。要有效实施以上规划方案，需要公安、交通部门的支持，同时进行线路调整，缓解目前交通压力。

（一）调整车行交通。

（二）整治人行环境。

（三）停车场（静态交通建设）。

（四）公共交通衔接与调整。

七、营销策划与规划实施

（一）形象品牌策划。

1 形象宣传口号：

“古都风情街区”、“××风情街区”。

2 形象宣传措施。

（二）招商引资策略。

（三）社区参与措施。

（四）政府的优惠政策与支持。

（五）规划区的安全保障。

第三节管理企划文案

一、公司章程

厦门××房地产开发有限公司章程

依据《中华人民共和国公司法》（以下简称《公司法》）及其他有关法律、行政法规的规定，股东厦门××投资有限公司和股东厦门××建设工程有限公司于200×年××月制定并签署本章程。本章程如与国家法律、法规相抵触的，以国家法律、法规为准。

第一章 公司名称和住所

第一条 公司名称：厦门××房地产开发有限公司（以下简称“公司”）

第二条 公司住所：厦门市思明区××路100号

第二章 公司经营范围

第三条 公司经营范围：房地产开发与经营；物业管理；建筑工程设备租赁。

第四条 公司可以修改公司章程，改变经营范围，但是应当办理变更登记。

第三章 公司注册资本与实收资本

第五条 公司注册资本：人民币 1000 万元

第六条 公司增加注册资本，股东应当自足额缴纳出资之日起 30 日内申请变更登记。

第七条 公司实收资本：人民币 200 万元。

第八条 公司新增资本时，股东有权优先按照实缴的出资比例认缴出资。公司变更注册资本或实收资本，应当依法向公司登记机关办理变更登记。

第四章 股东的名称及住所

第九条 股东的名称及住所如下：（略）。

第五章 股东的出资方式、出资额和出资时间

第十条 股东的出资方式、出资额和出资时间

股东厦门××投资有限公司：认缴出资额 600 万元，占注册资本的 60%，分三期于公司成立之日起两年内缴足。股东厦门××建设工程有限公司：认缴出资额 400 万元，占注册资本的 40%，分三期于公司成立之日起两年内缴足。

第十一条 股东以其认缴的出资额对公司承担责任。公司成立后，应向股东签发出资证明书。

第六章 公司法定代表人

第十二条 公司法定代表人由董事长担任。

第十三条 公司法定代表人的职权如下（略）。

第十四条 公司法定代表人出现法律、法规、国务院规定或其他禁止担任法定代表人的情形的，公司董事会应当免去其职务。公司法定代表人变更，应当办理变更登记。

第七章 公司的机构及其产生办法、职权、议事规则

第十五条 公司股东会由全体股东组成。股东会是公司的权力机构，依照《公司法》的规定行使职权。

第十六条 首次股东会会议由出资最多的股东召集和主持。

第十七条 召开股东会议应于会议召开十五日前通知全体股东。股东会应当对所议事项的决定作出会议纪录，出席会议的股东应当在会议记录上签名。

第十八条 股东会会议由董事会召集，董事长主持。

第十九条 股东会会议作出修改公司章程、增加或者减少注册资本的决议，以及公司合并、分立、解散或者变更公司形式的决议，必须经代表三分之二以上表决权的股东通过。

第二十条 公司设董事会，董事会成员为 5 人，由股东会选举产生。董事任期三年，任期届满，可连选连任。

第二十一条 董事会对股东会负责，行使以下职权（略）。

第二十二条 董事会设董事长一人，可以设副董事长。董事长和副董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。

第二十三条 董事会会议由董事长召集和主持；董事长不能履行职务或者不履行职务的，由副董事长召集和主持；副董事长不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上董事共同推举一名董事召集和主持。

第二十四条 董事会必须有三分之二以上的董事出席方为有效，董事因故不能亲自出席董事会会议时，必须书面委托他人参加，由被委托人履行委托书中载明的权力。

第二十五条 董事长行使下列职权（略）

第二十六条 公司设经理一名，由董事会决定聘任或者解聘。经理对董事会负责，行使下列职权（略）

第二十七条 公司设监事一人。监事由公司股东会选举产生。董事、高级管理人员不得兼任监事。

第二十八条 监事的任期每届为三年。监事任期届满，连选可以连任。

第二十九条 监事行使下列职权（略）

第三十条 有下列情形之一的，不得担任公司的董事、监事、高级管理人员（略）

第八章 公司的股权转让

第三十一条 股东之间可以相互转让其全部或者部分股权。

第三十二条 股东向股东以外的人转让股权，应当经其他股东过半数同意。

第三十三条 股东依法转让股权后，公司应当相应修改公司章程和股东名册中有关股东及其出资额的记载。对公司章程的该项修改不需再由股东会表决。

第九章 财务、会计、利润分配及劳动用工制度

第三十四条 公司应当依照法律、行政法规和国务院财政部门的规定建立本公司的财务、会计制度。

第三十五条 股东按照实缴的出资比例分取红利。

第三十六条 公司必须保护职工的合法权益，依法与职工签订劳动合同，参加社会保险，加强劳动保护，实现安全生产。公司应当采用多种形式，加强公司职工的职业教育和岗位培训，提高职工素质。

第十章 公司的营业期限

第三十七条 公司的营业期限为30年，从《企业法人营业执照》签发之日起计算。

第三十八条 公司营业期限届满，可以通过修改公司章程而存续，但修改公司章程须经持有三分之二以上表决权的股东通过。

公司延长营业期限须办理相应的变更登记手续。

第十一章 公司的合并与分立

第三十九条 公司合并，应当由合并各方签订合并协议，并编制资产负债表及财产清单。

第四十条 公司分立，其财产作相应的分割。

第十二章 公司的解散与清算

第四十一条 公司因下列原因解散（略）

第四十二条 公司解散，依法应当清算的，清算组应当自成立之日起十日内将清算组成员、清算组负责人名单向公司登记机关备案。

第四十三条 清算组应当自成立之日起十日内通知债权人，并于六十日内在报纸上公告。

第四十四条 有下列情形之一的，公司清算组应当自公司清算结束之日起30日内向原公司登记机关申请注销登记（略）

第四十五条 清算期间，公司存续，但不得开展与清算无关的经营活动。公司财产在未依照《公司法》规定清偿前，不得分配给股东。经公司登记机关注销登记，公司终止。

第十三章 股东认为需要规定的其他事项

第四十六条 公司应当置备股东名册，记载于股东名册的股东，可以依股东名册主张行使股东权利。

第四十七条 公司应当将股东的姓名或名称及其出资额向公司登记机关登记；登记事项发生变更的，应当办理变更登记。未经登记或者变更登记的，不得对抗第三人。

第四十八条 公司可以向其他企业投资；但是，除法律另有规定外，不得成为对所投资企业的债务承担连带责任的出资人。

第四十九条 公司为公司股东或者实际控制人提供担保的，必须经股东会决议。

第五十条 公司向其他企业投资或为他人（不包含公司股东或者实际控制人）提供担保，由股东会决议，此项表决由出席会议的全体股东所持表决权的过半数通过。

第五十一条 本章程未规定的其他事项，适用《公司法》的有关规定。公司章程条款如与国家法律、法规相抵触的，以国家法律法规为准。

股东：厦门××投资有限公司（盖章）

股东：厦门××建设工程有限公司（盖章）

二〇〇×年××月××日

二、股份公司年度报告

××信托投资股份有限公司××年度报告

××证券交易所声明：本所对××信托投资股份有限公司××年度财务资料公告内容概不负责，对其准确性、完整性不发表任何评论，并表示不对因该资料全部或任何部分内容产生的或因依赖该资料而引起

的任何损失承担任何责任。

查账报告

××信托投资股份有限公司董事会：

受贵公司委托，审查××年度会计报表。依据国家法律、法规的有关规定，按照公认会计原则，采用必要的审计程序，经对提供的财务会计报表及有关资料的审查和凭证的重点查证，现将审查结果报告如下（以人民币为本位币）。

我所认为，本报告书所附已审贵公司××年度会计报表，反映了贵公司截至××年 12 月 31 日之财务状况和该年度经营成果。有关会计事项处理方法、会计报表各项目的编制方法与前期一致。

附件：一、审核后的《资产负债表》；

二、审核后的《损益表》；

三、××年度会计报表附注。

××市会计师事务所

中国注册会计师×× ×××

附件一：资产负债表（略）

附件二：损益表（略）

附件三：

会计报表附注

一、主要会计政策

1 会计制度系按全国统一会计基本制度和公司具体情况制定的。

2 采用不同币种分别记账，外币余额在××年 12 月 31 日按国家外汇牌价（中间价）折合人民币金额于人民币部分合并编制会计报表。

3 固定资产按历史成本入账。

4 固定资产折旧按平均年限法（直线法），采取综合折旧（年综合折旧率 5%）和按年末固定资产原值计提。

5 呆账准备金系参照（关于国家专业银行建立贷款呆账准备金的暂行规定）的有关规定，按××年年末不同种类的贷款余额计提。

6 投资收益系采用实际分配所得数为准。

7 会计年度自公历每年 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

二、全公司会计决算报表的编制

全公司的会计决算报表的编制包括属下四个部、六个分公司，即：营业部、信托部、国际业务部、地产开发部；金叶公司、华商公司、新技术公司、能源公司、商贸公司、信达公司。

不包括该公司投资的有关分公司的资产、负债。

该公司投资的有关分公司分配给该公司的税后利润，已列入该公司本年度利润。

三、股票发行情况

1 普通股股票发行(含转换)总数 89 751 643 股,每股面值人民币 1 00 元。实收股本人民币 89 751 643 00 元。(略)

2 外币优先股股票转换普通股后的余额 6 731 股,每股面值港币 100 00 元,实际股本港币 673 100 00 元。按年末汇率 0 494 2 折人民币 467 266 02 元。

四、累积普通股股票溢价情况(略)

五、各项贷款安全性情况(略)

六、税项

1 营业税:按税率 5 05%(含附加)计应纳税 14 217 388 29 元,已缴 8 559 824 77 元,尚应清缴 5 657 563 52 元。

2 所得税:××年度应交所得税额人民币 146 456 914 76 元(已减除投资企业交来税后利润人民币 3 719 985 18 元),按税率 15%计,应交税人民币 21 968 537 21 元,已缴 14 444 282 69 元,尚应清缴人民币 7 524 254 52 元。

3 其他税项:印花税及工资调节税已预交部分,尚应按税法有关规定自行汇算清缴。

4 国家能源交通重点建设基金和国家预算调节基金应该按××年度税后利润扣除投资单位交来税后利润后人民币 124 488 377 55 元的 50%金额,分别以征集率 15%和 10%计,应缴纳人民币分别为 9 336 628 32 元和 6 224 418 88 元,已缴人民币分别为 6 138 820 14 元和 4 092 546 77 元,尚应清缴人民币分别为 3 197 808 18 元和 2131 872 11 元。

七、利润及其分配

全年税后利润人民币 128 208 362 73 元,减应缴扣留给企业转入专户管理使用的国家能交基金及预算调节基金人民币 31 122 094 4 元后,本年可供分配利润人民币 97 086 268 33 元(未包括免交能交基金及预算调节基金人民币 15 561 047 20 元),待分配。

八、定期存款应付未付利息的提取

定期存款按月平均余额,分别按不同存款档次和利率计算,提取××年度定期储蓄存款和单位定期存款应付未付利息共计人民币 18 540 674 44 元。

九、有关费用支出

1 福利费和工会经费:经查该公司提取的福利费和工会经费是按照未扣除物价补贴的工资总额计提,本年共计提人民币 744 264 92 元。

2 低值易耗物品摊销:系采用于购入时一次全部计入费用。

3 董事会及股东事务费：全年开支人民币 2 141 838 46 元。其中：董事会费用人民币 79 983 96 元，股东事务费用人民币 2 061 854 50 元（注：其中用于证券登记公司，证券商等股票的发行、过户、登记、服务以及印刷股票、年报等方面的费用为 180 万元）。

本报告业经本公司董事会批准

副董事长：××常务董事总经理：××

三、工程设计书

工程设计书总封面（略）

工程设计书目录（略）

新建××宾馆设计书

一、设计依据。……

二、建筑部分（只列项目标题，具体内容略）

1 基地。

2 总平面布置。

3 主楼设计：（1）层数和高度；（2）建筑面积；（3）主楼客房；（4）门厅；（5）餐厅；（6）立面。

4 辅助服务设施：（1）办公部分；（2）职工更衣、沐浴及休息室；（3）洗衣房；（4）汽车库。

5 锅炉房。

6 设备机房。

7 污水处理（设在地下，上面做绿化场地）。

8 环境保护：（1）噪声处理；（2）废气处理；（3）污水处理；（4）煤及灰处理。

9 消防安全。

10 建筑用料表。

11 其他：

（1）本工程旅游工艺及厨房、洗衣房等设计均由××市旅游局负责设计。

（2）本工程不包括绿化布置、邮电营业工艺、馆外电话、计算机系统软件等。

（3）本工程各机电设备、建筑材料的确定，概算编制均为假设性设计，待进口国确定以后再进行合理调整。

三、客房室内家具布置。……

四、结构部分

1 本工程按照我国现行设计规范进行设计。

2 本工程于×年×月经重庆地震大队作场地地震烈度鉴定，按基本地震烈度为 6 度设计，不计算地震荷载，但在构造上参照《工业与民用建筑抗震设计规范 JJ11 78》的预加强。

3 荷载规定。

4 结构造型及构件选用。

5 材料。

五、采暖、通风及空调部分。……

六、给水排水部分。……

七、弱电部分。……

八、电气照明。……

九、动力部分。……

十、经济效益估算。

经初步测算，营业×年，除还清资金本息外，尚可得利润××万元，国家可得税收××万元，并净得宾馆一座，可安排就业职工×人。×年后，每年（按×年计算）可得利润××万元，国家可得营业税收约××万元。另外，由于增加约×只接待床位，每年可多接待来××旅游者×万人；在其他方面增加的外汇为数不小，但具体数字一时难以计算。总的来讲，经济效益是好的。

四、科技实验报告

（一）概念

科技实验报告是在科学实验的基础上，通过分析整理，把实验的目的、方法、实验过程和结果客观如实地记录下来，用简明的语言写成的书面报告。

（二）特点

科技实验报告对科学研究有着非常重要的参考价值。与其他科技论文所不同的是，科技实验报告所强调的是学术性和创造性，并不要求对实验的全过程进行详细的叙述，而是以注重阐述者的科学见解为目的，在整个实验过程中（包括实验原理、方法、数据及观察结果等）都要作正确无误的记录，必须准确、客观、全面，不带任何偏见。

（三）编制要求

要想编制好科技实验报告，必须做好实验前的准备工作、实验过程中的观察工作和实验后的分析工作，然后按照实验种类及目的的不同，依据一定的格式进行编制。

（1）实验名称。实验报告的名称要准确具体，要用最简练的语言反映实验的内容。

（2）作者及单位名称。凡是参加实验过程的科技人员和集体都要署名。

(3) 摘要。摘要是对实验报告中主要内容的概述，主要包括实验的目的、方法、结果等，写作时应力求简洁。

(4) 前言。在前言部分需简要说明实验的研究对象、目的、范围、相关领域的研究成果及研究空白、研究方法及实验方案等。

(5) 正文：

1) 实验原理，写明实验所依据的基本原理，要求准确有据。

2) 实验目的。

3) 实验仪器和材料。写明仪器、材料的名称、型号、规格及数量等。

4) 实验装置，按照各个部件的空间顺序进行表述，可绘出实验装置图。

5) 实验的步骤和方法，这是实验报告中极其重要的内容，写作时应按照实验的实际操作程序进行表述。

6) 实验结果，包括实验的时间、环境、条件、数据、现象、图表等。实验报告中所列数据必须是从原始记录中得来，不可任意涂改。数据要有误差分析和统计分析，要反复验证，以保证数据的准确无误。

7) 结论，对实验结果进行定性或定量的分析，从中引出必要的结论或推断。

(6) 参考文献，对报告中引用的结论、数据、公式等，都要注明出处。

五、零售事务处理方案

××公司零售事务处理方案

一、销售

(一) 零售商在开拓新客户时，应留意下列事项：

- 1 全面观察对方在买卖上的需求及判定对方在买卖上的立场；
- 2 观察对方进货及销售的意愿；
- 3 利用谈话对应技术来引导对方购买的意愿；
- 4 针对对方的买卖意识及对商品的认知程度，判断其是否符合我方的计划；
- 5 判断对方的销售措施和营业预算是否适合本商品。

(二) 零售商应加强对商品知识、销售方法及市场的研究，积极调查客户的情况，随时以预算、效率化为基准，全面地投入销售活动。

(三) 向客户提示重要事项或表达意向时，须获得经理的认可。

(四) 交易的开始有的是基于对方的申请，有的是出自我方的诱导，不管是何种方式，除了交易一开始即以现金往来的情况，都需要事前对交易客户的资产、销售能力、负债、信用及其他事项进行调查，并

向上级报告。

（五）对客户须拟订每个月的访问预订及收入预订。另外，对于客户的新开拓商品也须拟订每个月的大概定额，并根据这个预订金额来开拓新市场。

（六）无论是新客户还是新交易或预估的交易，都须先进行充分的调查，才能尽早与对方进行交涉。

（七）应经常调查同业者的预估内容及交货实绩。对于自己在预估及交货上的损失，应查明原因，以便改正制造技术及营业方面的缺陷。

（八）零售商应针对各方面的订货情况进行广泛的调查，使销售活动的资料齐全，以便传给各相关人员参考。

- 1 从报纸上剪下有关内容
- 2 参考经济杂志及其调查记录；
- 3 将业界的信息记录下来。

（九）将老客户及新客户的订货资料整理成卡片，并将下列 10 项内容记录下来，经常作修正：

- 1 资产、负债及损益；
- 2 产品的种类、人员、设备、能力；
- 3 销售状况及需求者状况；
- 4 应收账款、回收的实绩、信用状况；
- 5 与过去客户的关系；
- 6 电话、往来银行、代表者、负责人员；
- 7 公司内部的订单发出手续，过程；
- 8 付款的手续、过程；
- 9 在业界的地位；
- 10 组织、工资。

（十）与老客户应经常保持密切的联系，平时应了解对方订货情况及其他需求，在必要时可邀请对方举行研究会或洽谈会以使对方下单订货。

（十一）在与对方交易时，应适当地提供餐饮、茶点及香烟等，其费用应事先得到经理或董事长的认可。

（十二）开拓新交易通常通过已交易客户进行，或委托其斡旋，或要求其持续下去曾经有过的交易来拓展业绩。

二、估价

（一）商品的估价须根据国际市场上同类商品来估算，经过经理的裁决后，提供给各客户作为参考。

（二）估价书的制作由零售商的内务负责，通常须先从客户处拿到正确的估价书后才着手进行。

(三) 零售商必须备齐下列各项资料，作为估价参考资料：

- 1 参考经济杂志及其调查记录；
- 2 将业界的信息记录下来；
- 3 标准品单价表。

(四) 对客户作估价时，应尽快进行状况调查，尽快提出报告。

(五) 将估价书送给客户后，必须在估价账目表中列出日期及合同的成立或不成立等事项。

三、受理订货

(一) 零售商在确定订货已成立时，应将本公司生产及出货的必要事项记入订货受理传票中，并发函给相关单位，其规定如下：

1 一般订货受理传票

本传票在受理一般性订货时填定，通常印制成两份，一份交给本人，一份交给零售商受理科保管，制成订货编号，并做好制造委托书（复印 4 份），将其中 A、B、C 三联交给本公司制造部。

2 特别订货受理传票

本传票主要为大量生产的商品或订有长期合同的商品、出口产品填写，一共制成 5 份：一份由本人保管；一份交给经理或董事长阅览后，由零售商受理科负责保管；另外两份交给本公司制造部；剩余的一份交给本公司总务部的总务科。本传票必须记明品名、规格、数量、单价、金额、交货日期、裁决条件、交货地点、捆包运送方式及其他必要事项。

3 预估生产委托表

零售商在委托生产标准品的预估生产或其他特定品的生产时，应填写本表。本表须记明品名、规格、数量、生产完成的希望日期及其他必要事项。填写并获得营业经理的认可后再交给本公司制造部。

(二) 所有电话、外部销售或来函的订货受理，无论是外务或内务，都由受理订货的本人填写本订货受理传票：

- 1 上月底的订货受理余额；
- 2 本月份的订货受理额；
- 3 上月底预估生产委托余额；
- 4 本月份的预估生产委托额；
- 5 本月份的预估生产额。

(三) 零售商向本公司制造部公布预估生产委托表时，应要求提出下列的处理报告，以说明经过：

- 1 制造品与在制品的区分；
- 2 制造品的交货预订。

(四) 零售商为执行各项计划，使销售、订货受理活动顺利进行，应与本公司制造部保持密切联系，

并随时准备下列三份资料：

- 1 商品库存明细表；
- 2 主要材料的进厂预定表；
- 3 主要材料的库存明细表。

四、交货检验、配送

（一）零售商对于客户的商品订货及委托生产的商品的交货期，须经常与本公司制造部保持联系，以掌握其情况。

（二）零售商若已于指定交货日期前确定可以交货，应主动与客户联系确实的交货时间。

（三）当确定订货商品的交货期可能延迟时，应通知订货的客户，以取得理解。

（四）零售商在交货或查验商品时，应对照订货账单，以确定品名、品质、规格、单价、数量及其他事项是否符合。

（五）商品的交货与配送业务由零售商进出口管理科负责。

（六）在交货或配送商品时应发送货通知单，送货通知单的内容记载项目包括：

- 1 客户名称；
- 2 品名、规格、数量、单价、金额；
- 3 明细及其他事项。

（七）关于商品交货、配送后，如果有客户拒绝收货、要求退货及其他的投诉问题，应取得负责人或营业经理的认可，努力寻求解决办法。

六、企业培训方案

员工培训策划书

一、培训需要之评鉴

- 1 学习要有动机，效率才会高，因此须先评估培训的需要；
- 2 培训须兼顾公司与员工的需要；
- 3 员工的培训需要可经由调查而得知。

二、培训策划的推动者

- 1 员工培训须由上而下才会有效果；
- 2 培训策划方案不但要获得高级主管的参与和支持，而且要他们大力推动，否则一切皆为空谈。

三、经费来源

- 1 培训是一种长期投资；

- 2 公司应每年编列预算，支持各种培训。

四、培训目标

- 1 确定培训的目标，培训目标是为了达成公司的要求，员工个人的需求，还是配合新工作的开展；
- 2 是长期的目标还是短期的目标；
- 3 培训目标须让受训者充分了解。

五、培训时间

- 1 定期培训（新进人员培训、主管定期进修等）；
- 2 不定期培训（新管理制度实施、新产品推出等）；
- 3 营业淡季是培训的好时机。

六、培训方式

- 1 传统授课方式；
- 2 讨论方式（个案讨论、分组辩论）；
- 3 角色扮演方式；
- 4 以上三种方式用于集体培训，个人培训可参加企业外的讲习会。

七、授课设计

- 1 依满足培训需要并达成培训目标而设计；
- 2 须事先与讲师充分沟通；
- 3 课程应注重实务，避免纸上谈兵、不切实际。

八、聘请讲师

- 1 从公司优秀干部中挑选或外聘；
- 2 须让讲师充分了解受训对象与培训目标；
- 3 教材请讲师事先写妥；
- 4 事先让讲师熟悉授课场所。

九、培训场所

- 1 自备或外租；
- 2 宽敞、安静、光线充足；
- 3 讲台（高度适当否）、麦克风（音效如何）、黑板是重要教具。

十、评估培训成果

- 1 原则上依培训目标评估培训成果；
- 2 培训后应测验以了解受培训者吸收的多寡；
- 3 观察受培训者的成长与工作成效借以评估培训的成果。

十一、奖励制度

- 1 测验成绩优良者，发奖状与奖金予以激励；
- 2 测验成绩并入个人考绩；
- 3 受培训后个人成长与工作成效特佳者，优先加薪或调整职务。

七、企业财务状况分析与评价

××年××公司财务状况的分析

××年，我公司在我市受到自然灾害的情况下，公司上下齐心协力，广开门路，积极投入生产经营，坚守岗位责任制，出谋划策，完成了购销任务，实现了利润比上年增长×%。

××年，我公司国内购进比上年增长了×%；商品纯销售额比上年增长了×%；包括能源外汇进口商品利润在内，全年实现的利润比上年增长×%。其中，正常业务利润比上年增长×%，商品流通费比上年增中了×%，全部流动资金周转×次，比上年减少了×次。

一、资金运用情况

公司于××年在加强资金管理、节约使用资金方面采取了一些有效的措施，如对省、市、地属采购批发站（以下简称一级站和二级站）实行分科分商品类别核算；总结了在多渠道流通的新形势下，开展外部采购工作的经验，克服了盲目采购的弊端，改善了库存结构，加速了资金周转等。但总的来看，资金运用效益不够高，资金增长速度超过了销售额增长的速度，使资金周转减慢。

××年，我公司占用的流动资金比上年增长了×%，是历史上增加最多的一年。××年每销售 100 元商品平均占用流动资金××元，比上年增加了××元；流动资金周转了×次，比上年减少了×次，每周转一次为×天，比上年减慢×天。

占用的流动资金×%集中在库存商品上，其余×%分散在低值易耗品、应收账款上，×%集中在柜台，纯百货每销售 100 元商品平均占用流动资金××元，比上年增加了××元，年周转×次，比上年减少了×次。从各经营环节看，百货柜流动资金周转×次，比上年减少了×次，家电柜流动资金周转×次，比上年减少×次，县、市属批发部周转×次，比上年减少了×次。

××年末流动资金比上年增加的项目是：

- 1 ××年末库存商品比上年增加××万元。其中，×××和×××、××、××等 5 种商品库存就增加××万元，占库存商品增加总额的×%。
- 2 在途商品资金比上年增加××万元。
- 3 结算环节占用的资金比上年增加××万元。

××年流动资金周转慢，主要就是上述资金增加的幅度大大超过销售额增长幅度所致。资金增加的原

因主要是：

(1) 库存商品结构不合理，据对×种商品××月末的库存分析，库存基本合理的有×种，偏多或积压的×种，不足的×种。库存偏多或积压的×种商品，超过合理库存部分约占××年末商品库存总值的×%左右。其中××、××、××、××等8种商品占×%，质次价高、残损变质、冷销呆滞等有问题的商品约为××万元，这部分商品比年初减少了××万元，下降了×%。由于库存结构不合理而占用的资金影响资金周转减少×次。

(2) 在途商品××年比上年增加××万元，主要原因是运输力量紧张，加上外来商品增加，货运量也随之增加，商品压站、压港比较严重等。

(3) ××年，末各部门因经营业务发生的各项往来款项，在结算过程中所占用的资金比上年增加了××万元，增幅达×%。主要是：①××年末有待自理的×××落实库存减值约××万元挂在账上，尚未处理，这是新增加的因素。②委托银行收款比上年增加××万元，其原因除批发销售增加而相应增加××万元外，其他是因为办理托收和货款划拨不及时，承付期延长等造成的。③银行存款比上年增加了××万元。④预计企业因购销业务等发生的暂付、垫付、存出押金等其他应收未收回的往来款项为××万元，比上年增加了约××万元。

二、盈亏增减变化情况

××年实现的利润比上年增长了×%。

从分公司看，××年实现利润比上年增加的有×××公司、××家电批发公司、××公司。利润比上年减少的有××百货分公司、××分公司、××分公司、××公司，其中××公司减少了××万元它的利润最低，主要是当地受灾较为严重。

批发站实现的利润比上年减少了×%，其中：百货、文化用品、针织各柜台和其他直属企业共增加利润××万元；纺织、五交化、石油各分公司共减少利润××万元，石油站由于节约能源，销售量减少，费用上升，利润减少了××万元。今年商品销售额增加的多（增加×%），正常业务利润部分增加的少（增加×%），主要是因为减少利润的因素比较多。

××年能够计算的减少利润的因素主要是：

1 部分商品调价和削价处理有问题商品使损失增加，约减少利润××万元。××年由市场变化原因、调低销售价的××、×××、×××、×××等，据计算约减少利润××万元，剔除×××等部分商品提价增加利润××万元后，净减少××万元。

××年继续削价处理质次价高等问题商品约××万元，损失约××万元，比上年增加损失××万元。

2 由于商品销售结构变化减少利润××万元，即毛利率低的商品如×××、×××，毛利率高的商品如××、××。

3 费用水平提高了×%，相对多支付费用××万元，主要因流动资金周转慢，相对多占用资金××

万元，多支付利息约××万元以及银行等其他方面的费用增加了。

4 ×××分公司利润减少了××万元，减幅达×%，但自××年以来一直是下降趋势，其中××行业利润下降幅度比××行业大。

5 财产损失约增加了××万元，主要是今年有些分公司遭受水灾，商品、物资损失和商品丢失、短少等损失增加了。

增加利润的因素主要是：

(1) 商品销售，比去年增加了××万元，约增加利润××万元。

(2) 食品分公司系统盈亏相抵后，净亏损比上年减少了××万元。

(3) 由于企业注意节约，出售包装物、废旧物资和补贴工业支出减少，以及增加联营投资收入等增加利润××万元。

(4) 商办工业、储运等企业增加利润××万元。

根据上述情况，明年必须着重抓好以下两项工作：

第一，各分公司要根据新的经济形势，经常研究分析市场变化情况，千方百计提高经济效益，通过企业整顿，认真总结经验，努力增收节支，减少流通费用，节约一切可以节约的开支，把企业经营管理提高到一个新的水平。

第二，各分公司应结合本地方的具体情况，对重点柜台、重点环节，深入研究分析库存商品结构和结算资金中占用不合理的问题，总结管好用好资金的经验，摸索资金运用规律，挖掘加速资金周转的潜力，采取有效措施，充分发挥资金使用效能，提高资金利润率。

八、招股说明书

××××股份有限公司人民币股票招股说明书

重要提示

××市证券主管机关对本次发行所作出的任何决定均不表明其对发行人所发行的股票或者投资人的收益作出实质性判断或者保证。

本次公开发行人民币普通股××××股，其中：

法人股：××××股；个人股：××××股（含内部职工股××××股）

每股面值 1 元 发行价格每股人民币××元

主承销商兼推荐人：××××证券公司

分承销商：中国银行××信托咨询公司

建设银行××信托咨询公司

一、释义

在本招股说明书中除非另有说明，下列简称具有以下意义：

公司指××××股份有限公司，即发行人

SYP 指原中外合资××××有限公司

筹委会指由原合资公司董事与高级职员所组成的××××股份有限公司筹建委员会

股票指公司本次发行的每股面值 1 元的记名式人民币普通股票（包括法人股、个人股）

B 股指人民币特种股票

元指人民币元

美元指美国法定货币

二、绪言

本招股说明书是根据《股票发行与交易管理暂行条例》、《××市股份有限公司暂行规定》及《××市证券交易管理办法》等有关规定编制的。经××市证券管理办公室×证办[1993] 67 号文核准，公司筹委会成员已通过了本招股说明书，确信其中没有重大遗漏或误导，并对其真实性、准确性、完整性负个别的和连带的责任。

新发行的股票是根据本说明书所载明的资料申请发行的。除本公司和主承销商外，没有委托或授权任何其他人士提供未在本说明书刊载的信息和对本说明书作任何解释或者说明。

本招股说明书提醒投资人自行负担买卖公司股票所支付的税款，发行人、推荐人和承销商对此不承担责任。

三、发售新股有关当事人（略）

四、发行情况

1 本次股票发行总面值××万元，均为记名式普通股，每股面值 1 元。其中：法人股××万元；个人股××万元（其中包括内部职工股××万元）。

2 承销方式：余额包销。

3 承销日期：20××年×月×日至 20××年×月×日。

4 发行地区：××地区。

5 发行对象：符合规定的社会法人和自然人。

6 每股税后盈利 20××年税后盈利预测数 / 20××年底的股本总额（含 B 股）：××万元。

7 发行价格每股×元。

8 市盈率：发行价格 / 每股税后盈利：××（倍）。

9 发行总市值：××万元。

10 发行费用：本次发行的承销费用为××万元，会计师、律师费用约××万元，合计发行费用××

万元。

11 预计实收金额：××万元。

12 挂牌交易：本次发行股票已取得××证券交易所上市承诺。

13 发售办法：见 20××年×月×日《××报》、《××报》“××市 2001 年股票认购证发售办法”。

14 缴款办法：另行公告。

五、风险因素与对策

投资者在评价本发行人此次发售的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，还应特别认真地考虑下述各项风险因素：

1 经营风险：①原材料及供货（略）；②能源（略）；③工艺和产品（略）；④外汇风险（略）

2 行业风险（略）

3 市场风险（略）

4 股市风险（略）

六、募集资金的运用（略）

七、股利分配政策

1 公司用于发放股利的净利润以公司利润总额经以下扣减而得：①缴纳所得税；②弥补以前年度亏损；③提取公积金（法定公积金提取比例为 10%）；④提取公益金。

2 公司股票只计红利不计股息。公司的普通股股利将本着同股同利的原则，按各股东持有股份比例进行分配，股利分配可采用现金或股票两种形式。

3 每个会计年度由董事会根据当年的经营业绩和对未来的生产、经营计划决定红利率和分红方式，并提交股东大会通过。

4 预期首次公司红利发放时间在 20××年之前，新股东仅参加自资金到位日起至××年底的公司红利分配。

八、公司及公司主要成员的情况

1 公司历史简况（略）

2 公司经营范围（略）

3 主要产品及其销售（略）

4 公司拟实行的组织机构（略）

5 公司筹委会成员（略）

九、股东的权利、义务

1 股东的主要权利

①出席或书面委托代理人出席公司股东大会并行使表决权；

②依照公司章程规定转让股份；

③查阅公司章程、股东大会会议纪要、会议记录和会计报告，通过股东大会或者监事会监督公司的生产、经营管理和财务管理，并提出建议和质询；

④按其股份取得红利；

⑤公司终止后按其股份取得公司的剩余财产。

2 股东的主要义务

①依照所认股份和入股方式缴纳股金；

②在公司建立登记后，股东不得退股；

③股东应维护公司的合法利益；

④遵守公司章程。

十、经营业绩

1 生产经营概况（略）

2 筹资与投资（略）

3 经营管理

SYP 严格按照中外合资有限责任公司的有关规定，在企业管理方面已具备了以下特征：

①实行董事会领导下的总经理负责制；

②经营决策完全按照市场经济基本原则进行，自主决定计划、投资、产品价格；

③建立了劳动合同用工制度，职工收入与创造效益挂钩；

④采用符合国际惯例的财务会计制度，包括权责发生制核算、税后还贷、外币按汇率每月调整，存货提取变现损失等。

十一、股本

1 本次 A 股发行后公司的股本结构为：

持股份人所持股份/万元占总股本比例（%）发起人

其中：境外发起人社会法人

社会个人

其中：内部职工

合计

公司已获准发行 B 股××万元，B 股发行后公司股本结构将为：

持股份人所持股份/万元占总股本比例（%）发起人

其中：境外发起人

社会法人

社会个人

其中：内部职工

新发 B 股股东

合计

B 股发行事宜另行公告

2 本次发行前每股净资产为：

截至 20××年×月×日的净资产评估值 / 发起人法人股股数=××元 / 股

3 本次发行后净资产总额为：

截至 20××年×月×日的净资产评估值+本次发行预计实收金额=××元

4 本次发行后每股净资产为：

本次发行后净资产总额 / 公司注册股本=××元 / 股

十二、债项

截至 20××年×月×日公司债项如下表：（略）

十三、主要固定资产（略）

十四、资产评估（略）

十五、财务会计资料（略）

十六、盈利预测（略）

十七、重要合同及重大诉讼事项

1 重要合同

①技术许可证协议（20××年×月×日签署）。××有限公司与××有限公司“全套浮法生产线技术许可证协议”。

××有限公司作为许可方，××有限公司作为接受方根据本协议各条款的规定，接受这种技术转让的权利与许可证，仅限于接受方使用和受益。

②贷款合同。

A 20××年×月×日中国银行××分行与××有限公司固定资金贷款合同。

外汇××万美元，期限×年（已全部还清）。

B 20××年×月×日中国人民建设银行××市分行与××有限公司基本建设贷款合同。

人民币××万元，期限×年（已还××万元）。

注：上述贷款均以 SYP 固定资产×××万元作为抵押。

2 公司不存在有可能对经营成果产生较大影响的重大诉讼和仲裁事项，董事会成员和高级职员亦无尚未了结或面临之重大诉讼和索偿要求。

十八、公司发展规划

- 1 生产经营发展战略（略）
- 2 发行人的发展目标和规模（略）
- 3 市场发展计划（略）

十九、备查文件

- 1 前三年财务报表和审计报告；
- 2 资产评估报告及其确认书；
- 3 盈利预测报告和注册会计师鉴证报告；
- 4 法律意见书；
- 5 公司章程；
- 6 发起人营业执照及发行人筹建证明；
- 7 承销协议；
- 8 重要合同；
- 9 上市承诺书。

上述备查文件在公司股票发行期间可在公司本部和主承销商所在地查阅。

文件查阅地点：

××股份有限公司

××市××路×号办公楼

电话：××××××××

××证券公司

××市××西路 1728 号 728 室

电话：××××××××

文件查阅时间：

上午 9：00~11：00

下午 2：00~5：00

（周六、日休息）

××股份有限公司

20××年×月×日

九、产品说明书

兰索拉唑胶囊使用说明书

[品名和结构式]

正式品名：兰索拉唑胶囊

商品名：达克普隆胶囊

英文名：Lansoprazole Capsules

本品主要成分是（±）—2 [[3—甲基—4—（2，2，2—三氟乙氧基）—2—吡啶基] 甲基亚硫酸基] 苯并咪唑。

化学结构式：（略）

[性状]

本品为白色胶囊，内容物为白色或类白色肠溶球状颗粒。

[药理作用]

本药转移到胃黏膜壁细胞的酸分泌细管后，在酸性条件下，转变为活性体结构，此种活性物与质子泵的（H⁺⁺K⁺）—APTaseI 的 SH 基结合，从而抑制该酶的活性，故能抑制胃酸的分泌。

1 （H⁺⁺K⁺）—APTase 活性抑制作用

兰索拉唑可抑制胃黏膜内微粒体的（H⁺⁺K⁺）—APTase 活性。（体外实验）

2 壁细胞酸生成抑制作用

兰索拉唑对胃黏膜离体壁细胞由组胺、乙酰胆碱及胃泌素的刺激所产生的酸分泌，皆具有抑制作用。（体外实验）

3 胃酸分泌抑制作用

（1）对胃泌素刺激引起的酸分泌：

于健康成人，1 天 1 次兰索拉唑 30mg 口服给药，连续 7 天，可明显地抑制由胃泌素引起的酸分泌，且此作用能持续 24 小时。

（2）对胰岛素刺激引起的酸分泌：

于健康成人，1 天 1 次兰索拉唑 30mg 口服给药，连续 7 天，可明显地抑制由胰岛素引起的酸分泌作用。

（3）对夜间的酸分泌：

于健康成人，1 天 1 次兰索拉唑 30mg 口服给药，连续 7 天，具有明显地抑制夜间胃酸分泌的作用。

（4）对 24 小时的酸分泌：

于健康成人 24 小时胃液采样试验，以 1 天 1 次兰索拉唑 30mg 口服给药连续 7 天，24 小时的胃酸分

泌明显地受到抑制。

(5) 24 小时胃内 pH 值的监测：

对健康成人以及十二指肠溃疡患者，以 1 天 1 次兰索拉唑 30mg 口服给药连续 7 天，24 小时的胃酸分泌皆明显地受到抑制。

(6) 24 小时下部食道 pH 值的监测：

于返流性食道炎患者，以 1 天 1 次兰索拉唑 30mg 口服给药连续 7~9 天，对胃食道返流现象，有明显的抑制作用。

(7) 对大白鼠及胃 pouch 狗的胃酸分泌：

本药对于大白鼠的基础酸分泌和因组胺、胃泌素、氨基乙酰基胆碱、2—脱氧—D—葡萄糖或水应激试验（Water Immersion Stress）所引起的酸分泌均能明显且持续地抑制（在十二指肠内）。对胃 pouch 狗因各种刺激所引起的酸分泌，本药亦有明显且持续的抑制作用，在反复给药期间，均能显示稳定的酸分泌抑制作用。（经口给药）

4 慢性溃疡的治愈促进作用

于大白鼠的实验，兰索拉唑能明显地促进由醋酸引起的慢性胃及十二指肠溃疡的愈合。（经口给药）

5 溃疡形成的抑制作用

于大白鼠的实验，对因水浸应激试验、阿司匹林或乙醇引起的胃溃疡及因 Mepirisol 或半光胺引起的十二指肠溃疡和返流性食道炎皆有明显的抑制作用。（经口或十二指肠内给药）

[吸收、分布、消除]

血中浓度

兰索拉唑的生物利用度具有个体差异性。于空腹或饭后对健康成人（6 例）经口给予 1 次 30mg 的药量时，血中主要检测到药物原形，其代谢物亦可测得。空腹服药的 T_{max} 为 2 ± 0.4 h， C_{max} 为 1038 ± 323 ng / ml， $T_{1/2}$ 为 1.44 ± 0.94 h，AUC 为 3890 ± 2484 ng · h/ml。饭后服药的 T_{max} 为 3.5 ± 0.8 h， C_{max} 为 679 ± 359 ng / ml， $T_{1/2}$ 为 1.60 ± 0.90 h，AUC 为 3319 ± 2651 ng · h / ml。尿中未能检出兰索拉唑的原形，只检出其代谢物，至服用后 24 小时为止，其尿中排泄率为 $13.1\% \sim 14.3\%$ 。此外，对健康成人（6 例），晨间空腹时，经口给予兰索拉唑 30mg 1 天 1 次，连续 7 天，由血中浓度的变化及尿中排泄率来观察，体内无蓄积性。

[适应症]

胃溃疡、十二指肠溃疡、返流性食道炎、Zollinger—Ellison 症候群、吻合口部溃疡。

[用法与用量]

十二指肠溃疡，通常成人每日一次，口服兰索拉唑 15mg 30mg，连续服用 4~6 周；胃溃疡、返流性食道炎、Zollinger—Ellison 症候群、吻合口部溃疡，通常成人每日一次，口服兰索拉唑 30mg，连续服用

6~8 周。但用做维持治疗、高龄者及有肝功能障碍、肾功能低下的患者，每日一次，口服兰索拉唑 15mg。

[不良反应]

- 1 过敏症：偶有皮疹、瘙痒等症状，如出现上述症状时请停止用药。
- 2 肝脏：偶有 GOT、CPT、AL—P、LDH、r—CTP 上升等现象，所以须细心观察，如有异常现象应采取停药等适当的处置。
- 3 血液：偶有贫血、白细胞减少、嗜酸球增多等症状，血小板减少之症状极少发生。
- 4 消化系统：偶有便秘、腹泻、口渴、腹胀等症状。
- 5 精神神经系统：偶有头痛、嗜睡等症状。失眠、头晕等症状极少发生。
- 6 其他：偶有发热、总胆固醇上升、尿酸上升等症状。

[禁忌症]

对本品过敏者禁用

[注意事项]

- 1 在治疗过程中，应充分观察，按其症状使用治疗上所需要小剂量。
- 2 下列患者慎用用药。
 - (1) 曾发生药物过敏症的患者。
 - (2) 肝功能障碍的患者。
- 3 对老年患者的用药，一般而言，老年患者的胃酸分泌能力和其他生理机能均会降低，故用药期间请注意观察。
- 4 对孕妇及哺乳妇女的用药。
 - (1) 已确认兰索拉唑在大白鼠胎仔的血浆浓度比在母鼠中高。又在兔子（经口给药 30mg / kg）的实验发现胎仔死亡率增加，故对孕妇或有可能怀孕的妇女需事先判断治疗上的益处超过危险性时，方可用药。
 - (2) 曾有报告指出，在动物实验中药品会转移到乳汁中，所以本药品不适合用于正在哺乳中的妇女。如不得已需服药时，应避免哺乳。
- 5 对小儿的用药。

对小儿的安全性尚未被确立。（由于在小儿的临床经验极少）
- 6 药物相互作用。

会延迟安定（Diazepam）及苯妥英钠（Phenytoin）的代谢与排泄，资料已被发表于类似药物臭美拉唑的报告中。
- 7 其他。

对大白鼠经口给药 52 周的实验，50mg / kg / 日组（约为临床用量的 100 倍），发现 1 例有良性精巢间细胞瘤。于大白鼠经口给药 24 个月的实验，15mg 及 50mg / kg / 日组中，精巢间细胞瘤发生率会增加，

在 50mg / kg / 日组中发现 1 例雌大白鼠有胃部类癌（Carcinoid）出现。

因本药会掩盖胃癌的症状，所以须先排除胃癌，方可给药。

[规格] (1) 15mg; (2) 30mg

[包装] 铝塑泡眼包装 7 粒 / 板 14 粒 / 板

[贮藏] 密封，在干燥处保存

[有效期] 规格 15mg 暂定二年

规格 30mg 暂定三年

[批准文号]

规格 15mg (××) 卫药准字 J-10 (×) 号

规格 30mg (××) 卫药准字 J-10 (×) 号

[生产单位] 天津××药品有限公司

十、专利请求书

(一) 概念

专利请求书是用于申请专利权的一种文体。专利请求书是指在实际应用中作为专利申请的第一部分，申请人正式向专利局提出申请，要求授予产品专利权时所提交的文件，是在一系列专利申请文件中具有统领作用的文件。

(二) 分类

根据不同的发明，申请专利的种类也不相同。按照《中华人民共和国专利法》（以下简称《专利法》）的规定，专利主要有发明专利、外观设计专利、实用新型专利三种，相应地，专利请求书也分三种：发明专利请求书、外观设计专利请求书、实用新型专利请求书。

所谓发明专利是指对产品、方法或其改进所提出的新技术方案的专利；外观设计专利是指对产品的图案、形状、色彩或其他结合所提出的富有美感并适于工业上应用的新设计的专利；实用新型专利是指对产品的形状、构造等提出的适于实用的新技术方案的专利。

专利请求书是专利管理局统一印制的表格，包括很多栏目，汇总了专利申请的各个方面。在提交申请时，专利管理局通常要按此表进行核实、审定。

(三) 编制方法

(1) 申请号。由专利管理机构受理处填写，与发给申请人的受理通知书的号码一致。

(2) 申请日期。受理处接受申请人当面递交文件之日或申请人邮寄文件之日（以邮戳为准），由专利管理机构受理处填写。

(3) 发明实用新型，外观设计的名称。名称要与内容相符，要体现该发明，实用新型，外观设计的主题和类型，简明扼要，准确无误，一般不超过 15 个字，不准使用人名、地点、商标或商品名称等含义不清的字。

(4) 发明人或设计人必须是某一个人，不能填写某单位或某个团体的名称，如发明人或设计人是两个人以上的人时，此栏只填写第一署名人作为其代表，其余的人填入第 10 栏“上述以外的发明人或设计人”栏中。地址应写明省、市、区、街道、门牌号等。

(5) 申请人姓名或名称，地址。申请人既可以是某个人也可以是某个单位。申请人如果是多人或几个单位时，“申请人”栏只填一人或一个单位，其余的共同申请人或单位填入第 11 栏“上述以外的申请人”栏中。单位名称要写法人单位全称，地址一般要写明申请人的永久性地址，并注明邮编、电话号码等。

(6) 专利代理机构名称、地址，代理人姓名，登记号。代理机构必须是符合国务院关于专利代理机构的暂行规定并在中国专利局登记备案的代理机构。代理机构应写正式全称，不能用简称和缩写。代理人必须是个人，填写时应写明代理人登记号和工作地址。

(7) 申请费和不丧失新颖性要求、保密要求。申请费要按专利法实施细则的规定缴纳。如果要求享受不丧失新颖性的优惠期时，须在申请日起两个月内，提交证明文件。如涉及保密，须提出保密处理要求。

(8) 申请文件清单。申请人在申请专利时所提交的全部各种文件的份数和页数，都应准确无误地填在本栏内。

(9) 附加文件清单。凡有本栏中提到的其他附加文件，应在有关项目中打“√”。

(10) “上述以外的发明人或设计人”。除第 4 栏中填写的发明人或设计人以外的其他共同发明人或设计人。

(11) “上述以外的申请人”。除第 5 栏中填写的申请人以外的其他共同申请人或单位。

(12) 申请人或代理人签字或盖章。申请人是个人时由本人签字或盖章，申请人是法人时应盖单位公章。

(四) 代理人委托书的写法

如果申请人是委托代理人申请，则要在“专利请求书”的后面附上“代理人委托书”。“代理人委托书”也是由国家专利局统一印制的表格，按要求填写即可。

十一、专利说明书

(一) 概念

专利说明书是申请专利的一种重要文件。专利说明书在实际应用中作为申请专利的第二部分，是实用新型专利文献和发明的主要组成部分。发明人为了获得产品发明的专利权，在提出申请时，必须要向专利

管理机构提交对详细说明该发明的书面材料，以便供专利管理机构审查、印制、公布并征询意见。说明书中所披露的技术内容及以此为依据所提出的权利要求必须是专利机构审查的实质内容。所以《专利法》规定，说明书应当对发明或实用新型做出清楚、完整、详细的说明。

（二）分类

由于专利分为发明、实用新型、外观设计三种，所以同专利请求书一样，专利说明书也可分为发明专利说明书、实用新型专利说明书、外观设计专利说明书。除外观设计说明书主要借助图和照片说明专利技术外，其他基本编制格式和内容是一致的。

（三）编制方法

《中华人民共和国专利法实施细则》（以下简称《专利法实施细则》）对发明和实用新型的专利说明书的格式作了具体的规定，除了因发明或实用新型的性质需要用其他方式和顺序表达之外，专利说明书一般包括四个部分（名称、序言、叙述、附图）和以下八个方面的内容，并应当按照下列顺序撰写：

（1）发明或实用新型的名称。应当与专利请求书中的名称一致，要求简洁清楚地表明发明或实用新型的实质内容。

（2）发明或实用新型所属的技术领域。该发明或实用新型直接所属或者直接应用的技术领域，不能指泛泛的行业。

（3）追溯发明或实用新型的背景情况。写明对本发明或实用新型所作的检索和查阅到的现有检索资料，包括本技术的历史背景和现状，详细分析现有技术的特征、水平和存在的问题，引出本发明或实用新型所作出的改进和解决的问题。

（4）发明或实用新型的目的。根据前项所述有针对性地提出，语言上应尽可能地简洁，不要使用商业性和宣传性的语言。

（5）叙述发明或实用新型的内容。这是说明书的核心部分。要写得清楚、完整，使该技术领域的技术人员能够理解，必要时可结合附图来说明。

（6）本发明或实用新型同现有技术相比所具有的特点和积极效果。如果必须有附图，则应有图面说明。

（7）详细叙述申请人认为实施该发明或实用新型的最好方式、方案和实例。有附图的应对照附图加以说明。

（8）附图。附图是专利说明书的补充文件。如果说明书本身的文字内容可以使人一目了然，就不必有附图，但实用新型专利的申请必须要有附图。一般情况下，说明书中的附图仅是简单的示意图，应与说明书中的文字描述部分相符。附图的图解标志要有说明，使人能看懂附图。

申请外观设计专利，需要提供设计的图片和照片，每一件外观设计应提交不同角度、不同侧面或不同状态的图片或照片，以清楚地显示请求保护的主体。要求保护色彩的外观设计，在申请专利时，应当提交

彩色和黑白图片或照片各一份，并在黑白图片或照片上注明请求保护的色彩。

（四）编制要求

根据我国《专利法》的规定，撰写专利说明书一定要注意描述完整、充分、全面、具体、翔实。充分公开阐明请求专利保护的内容，不能隐瞒任何实质性内容，也就是说，凡是要求保护的内容必须公开，不要求保护的可以不公开。说明书可以包含有化学结构式或数学公式。涉及外国名称和外文技术文献时，要在中文译名后注明原文。说明书不应对他人的发明创造有所诽谤。

专利说明书不能手写，而应打字或印刷，字迹清晰整洁并选用黑色，首页采用专利局统一印制的说明书首页，纵向使用，只用一面。左侧和天头留空 2.5 厘米，右侧和底边留空 1.5 厘米。

十二、说明书摘要

（一）概念

说明书摘要也称专利文摘，是专利申请文件之一，只适用于发明或实用新型专利的申请，是提供给专利局出版的“专利公报”上发表的重要内容之一，是发明或实用新型说明书内容的简介。

（二）作用

说明书摘要是一种技术情报资料，其本身并不具有法律上的作用，其主要作用在于使任何人都能迅速地了解该发明或实用新型的主要内容，尤其为专利情报检索提供了一条有效途径，使查阅人看后能确定是否需要进一步查阅专利文献的全文。

（三）编制方法

说明书摘要首先要重复发明或实用新型的名称，然后指出其所属的技术领域、要解决的技术问题、主要的技术特征、实际用途等。说明书摘要中可以使用化学式或一幅附图。

（四）编制要求

说明书摘要的编制要求文字简短精练，不宜长篇累牍。一般情况下，说明书摘要全文不得超过 250 个字，不得使用宣传性、商业性用语，文面要求与说明书相同。

为了使消费者更好地阅读说明书摘要，符合专利管理机构检索的需要，通常专利管理局有权对摘要进行修改，使说明书摘要变得简洁明了、通俗易懂，而且还能准确地概括说明书的主要部分和关键内容。

十三、权利要求书

（一）概念

权利要求书是申请人向专利局请求保护他的发明创造以及划定保护范围的文件，是专利申请文件中最核心的部分，它包括申请人申请专利权的实质内容，以及从法律保护角度出发用简明严谨的语言来叙述要

求保护的发明内容范围。

（二）特点

《专利法》第五十九条规定“发明或实用新型专利权的保护范围以其权利要求的内容为准”，即权利要求书划定多大范围，一旦经审查批准后，法律就保护多大范围，权利要求书也就具有法律效力。

权利要求具有双重含义，从法律上讲，它是按法规编写的、划定法律保护范围的文字；从技术上讲，它又是概述发明的技术特征实质内容的文字。因此，一份合格的权利要求书应当满足以上两个方面的要求。

权利要求书包括独立权利要求和从属权利要求两方面的内容。所谓独立权利要求就是从整体上反映发明或实用新型的主要技术内容，记载构成发明或者实用新型必要的技术特征。所谓从属权利要求就是引用前面的权利要求，记载发明或实用新型附加的技术特征，反映发明或实用新型具体实施方案的权利要求。

独立权利要求在法律上有独立的意义，而从属权利要求必须依属于独立权利要求，在法律上没有独立的意义。因此，一份权利要求书中可以只有独立权利要求，没有从属权利要求，但不能没有独立权利要求，只有从属权利要求。发明或实用新型的独立权利要求写在前，从属权利要求写在其后。如果该发明创造有两个或两个以上的独立权利要求，则各自的从属权利要求应分别写在各独立权利要求之后。

（三）内容格式

根据《专利法实施细则》的规定，在权利要求书中应先写独立权利要求，后写从属权利要求。除了因发明或者实用新型的性质需要用其他方式表达以外，这两部分的编制内容和格式如下：

独立权利要求由“前序”和“特征”两部分组成。“前序”部分说明发明或实用新型所属技术领域以及现有技术中与该项发明或实用新型的主题密切相关的技术特征。这部分主要是阐述该发明的技术背景。

“特征”部分通常用“本发明的特征是……”或“本实用新型的特征是……”等简明语言说明要求专利保护的该发明或实用新型的那部分新的实质性技术特征，这是专利要求的核心部分。上述两部分的说明一起构成要求保护的技术特征。必须注意：一项发明或实用新型只能有一个独立权利要求，写在权利要求书的第一页。

从属权利要求由“引用”和“特征”两部分组成。“引用”部分写明被引用的权利要求编号，通常采用“根据权利要求×××（序号）所述……”这种形式来写。特征部分写明发明或实用新型附加的技术特征，它是独立权利要求的补充，对引用部分的技术特征作进一步限定。由于从属权利要求可以不止一项，所以权利要求一般都有好几项，要用阿拉伯数字按顺序编号。

（四）编制要求

撰写权利要求书要注意以下几点：

（1）权利要求并不是简单的重复专利说明书，而是侧重于发明创造的主要特点。拟订权利要求需要高度技巧，必须充分考虑专利说明书的内容，反复进行推敲和研究，使发明创造的保护范围尽可能地宽，同时又不至于宽到使发明创造失去其本质特征而沦为公开技术，或包括了不能实施的内容而被驳回。

（2）有多项权利要求的，所有的独立权利要求和从属权利要求都应当用阿拉伯数字不分级别地连续编号。一项权利要求要用一句话来表示，中间可以用逗号、顿号，但不能有分句、分号，以表明其意思不可分割的整体性和独立性。

（3）权利要求书是以专利说明书为依据的，不允许超出说明书阐述的内容和范围，权利要求书中使用的技术术语应与说明书中一致。另外，权利要求书中可以有化学式、数学式，但不能有附图。除绝对必要不能引用说明书或附图，即不能使用“如说明书……部分所述”或者“如图所示……”等用语。为了表达清楚，如有必要，可引设备部件名称和附图标号。

（4）权利要求书的文字也要求打印或印刷，首页采用专利局统一印制的“权利要求书”首页，文面要求与说明书相同。

十四、发明申报书

发明申报书

建议密级：秘密
批准密级：秘密
序号：

国际专利分类号：C21D9 / 38、C21D1 / 66

发明名称	感应淬火无磁金属型防水环		
发明者	××市冶金研究所××，××市第三轧钢厂×××、×××		
申报部门	××部		
起止时间	××年×月至××年×月	基层申报日期	××年×月
		部门申报日期	××年×月

发明的详细内容及列为发明的理由

一、当前国内外尚未解决（或国外保密）的技术问题

轧辊等圆柱件的热处理，近年来广泛采用连续感应加热淬火（称为“渐进法”），其中“防火”技术被视为国内外长期难于解决的问题。

1955 年以来，一些发达国家在“防水”问题上取得了不少专利，但关键工艺是保密的。从查阅的专利文献以及我国到德国、法国等 17 家轧辊生产厂考察和有关专业展览会介绍，都不具体介绍“防水”技术。

过去，我国都是采用“斜喷”技术，即把喷水器制成斜筒型，喷水孔出水方向与辊身表面成一定角度，如 45°、60°、75° 等。其缺点是：①不能及时喷冷淬火；②易产生软点及硬度不足；③有水蒸气上升，难用仪器测温。这些缺点致使轧辊等工件的寿命受到严重影响。

比利时 O. S. B 公司生产的轧辊淬火机床被称为世界名牌产品，其防水技术是采用“挡水环”。由上固定环 1，中间衬环 2，下固定环 3，挡水环 4 以及螺钉、螺母、垫圈等 7 种零件组成。使用时，水压为 $4.90 \times 10^4 \sim 1.66 \times 10^5 \text{ Pa}$ ，淬火时，给挡水环上撒上白色润滑粉，以更好地密封和润滑。存在问题是溅水、使用寿命短（仅一次）。

本发明根据磁性、弹性、耐磨原理，选用铜或奥氏体不锈钢板及薄冷轧奥氏体不锈钢片，经特殊设计及加工，制造成“无磁金属型防水环”，解决了溅水问题，比原使用寿命增加了 50 多倍，更便于仪器测温。

二、发明的详细内容及发明权项

1 结构。本发明的结构如图××所示（图略）。材质选用不受磁场力作用的铜及奥氏体不锈钢。“防水片”所用的奥氏体不锈钢必须经过冷轧的，厚度为×mm~×mm，对每块“防水片”要经过特殊加工，具体方法是……

2 组合方式。采用×~×片“防水片”，按……规则叠放，用 6mm 铆钉将它们与厚×mm~×mm 的……连成一体。

3 加工组合后，在车床上对其内径做最后加工，加工时必须……。确定内径原则是……

4 使用诀窍。必须把……，以保证整体刚性，并使热区微量蓄水也不可能。

发明权项：

1 感应淬火无磁金属型防水环是由数片奥氏体不锈钢“防水片”以及钢、奥氏体不锈钢（或铝合金）板为刚性外环组成的。作为轧辊等圆柱件感应淬火时挡水用。

2 根据第 1 项，“防水片”必须采用经过冷轧的薄片，其厚度不能超过 1mm。“防水片”必须每隔一定弧度作特殊的加工处理。

3 根据第 1 项和第 2 项，将数片“防水片”按一定规则叠放，再与刚性外环用铆钉或螺钉连成整体，内径的大小取决于被淬火工件热态时的外径尺寸，一般比工件外径小 10mm。

（国家科委改编者注：发明权项中所用“数片”、“一定弧度”、“特殊加工”、“一定规则”等，原发明申报书均有具体数字，因系本发明的保密部分，在改编时才予以省略，发明者编写时，均应如实写明）

三、发明的作用意义

1 技术指标对比

通过本发明和已有的先进的“挡水环”的技术性能进行对比，可见，本发明比 O S B 公司的产品寿命增加了 50 多倍，且适应性、可靠性均优于该公司的产品，无溅水现象产生，有效地防止了淬火软点及硬度不足问题。以轧制可锻铸铁的 $130 \times 650 \times 1470 \text{ mm}$ 冷轧工作辊为例，淬火后硬度在 HS100 以上，经 140°C 、40 小时回火，表面硬度仍大于 HS95，轧辊质量达到 1 类，硬度差 ΔHS 从 ± 3 以上降为 ± 1.5 左右，淬硬层从小于 6mm，加深到大于 9mm。

2 年节约价值

以广州第三轧钢厂为例，过去一对轧辊只能用 10~15 天，由于轧辊在感应加热淬火过程中应用了本发明，使轧辊寿命提高到 70 天，辊耗为过去的 1 / 4，年节约钢材约 10t，节电约 4 万多 kW · h，节约生产费用 12 万多元。由于应用本发明加工的轧辊表面质量优良，提高了轧制件的成品率，经济收益更为显著。以广州锌片厂、广州铝轧延厂、广州第三轧钢厂为例，1979 年及 1980 年上半年就三种规格轧辊考核统计，比过去节约钢材 54t，生产费用节省 63 万多元，增加利润近 190 万元，扣除各项成本费，合计纯经济收益为 250 多万元。

采用本发明还可节省外汇。武钢硅钢厂在 1976 年订购森吉米尔轧机 74×1180mm 工作辊所用费用为 60 万美元，今年，大冶、武钢等研制成国产钢材，并用本发明在中频加热淬火机床上处理，效果满意，决定不再引进。今后，武钢冷轧厂处理 1 7m 轧辊不必再进口 O S B 公司的“档水环”。

四、发明可以应用的事实根据

自 1976 年以来，广州第三轧钢厂、沈阳重型机器厂等已采用本发明处理了大量的 138mm 至 500mm 的轧辊。1980 年，武钢硅钢厂用本发明处理 74×1180mm 轧机工作辊 50 多根，该厂拟正式用于自制轧辊，以代替进口轧辊。

本发明于 1979 年 9 月经广东省冶金局组织技术鉴定。

五、保密要点

发明内容中结构、组合方式、加工方法及使用诀窍。

（国家科委改编者注：此《发明申报书》编写格式系根据原“感应淬火无磁金属型防水环”《发明申报书》改编而成。原《发明申报书》的附图及附件在改编时均略去，属于对国外保密的技术内容，改编时均以“……”代替。这些内容在发明者编写《发明申报书》时，均应如实写上。）

附件目录

- 1 查阅国内外专利文献及非专利文献情况
- 2 技术鉴定书
- 3 应用说明
- 4 发明人情况表

申报部门审查意见

应用感应加热技术对轧辊等圆柱体进行热处理，要求连续加热并连续淬冷，这就必须把感应加热区与喷水冷却区截然隔开，以防止溅水造成软点及硬度不足。广州市冶金研究所和广州市第三轧钢厂研究成功的无磁金属防水环，经三年来生产使用证明：具有无磁、耐高温、耐磨、寿命长、防水性能好等特点，显著提高了轧辊质量，国外尚未见有如此高性能的防水环。特申请四等发明奖，建议定为秘密级。

××部

（盖章）

××年×月×日

第四节商务企划文案

一、招标书

××省粮油进出口公司国际招标公司米粉加工项目招标通告

（世界银行贷款号：略）

（招标编号：略）

根据 20××年 12 月 20 日刊登在联合国《发展论坛》商业版上的本项目采购公告，特刊登此通告。××省粮油进出口总公司国际招标公司经授权利用世界银行贷款，就下列材料的采购进行国内竞争性招标：

磨粉机

参加此次投标的投标商，请于 20××年 3 月 16 日起（节假日、星期天除外）每天上午 8：30～11：00（北京时间）到本招标公司购买招标文件。招标文件每份售价人民币 300 元。售后不退，如需邮购，每份另加人民币 50 元。

投标截止时间为 20××年 4 月 29 日上午 10：00（北京时间），逾期收到的或未按规定缴纳投标保证金的投标文件恕不接受。

定于 20××年 4 月 29 日下午 14：00（北京时间）在××省×市××路××号公开招标。

投标文件在规定时间内交到以下单位：

××省计划委员会世界银行贷款项目执行办公室

地址：××省××市××路××号

邮编：××××××

传真：××××××××

电话：××××××××

××省粮油进出口总公司国际招标公司

地址：××省××市××路××号 邮编：××××××

电话：××××××××

传真：××××××××

二、招标公告

招标公告

（招标人名称）的工程，现已完成图设计，工程施工招标已到建设行政主管部门或其委托的招标投标监督机构备案。为保证投资效益，确保工程保质保量按时完成，充分体现公平竞争的原则，根据《中华人民共和国招标投标法》和有关规定，该工程通过公开招标确定施工单位。

一、工程概况

- 1 工程性质：
- 2 建设规模：
- 3 建设投资：万元
- 4 结构类型：
- 5 招标范围：
- 6 标段划分：
- 7 资金来源及落实情况：
- 8 建设地点：
- 9 计划开工日期为年月日，计划竣工日期为年月日，工期历时天。

二、凡具备承担招标工程项目的的能力并具备规定的资格条件的施工企业，均可对上述（一个或多个）招标工程项目（标段）向招标人报名，提出资格预审申请并领取资格预审文件，只有资格预审合格的投标申请人才能够参加投标。

三、投标申请人须是具备建设行政主管部门核发的{行业类别}、{资质类别}、{资质等级}及以上资质的法人或其他组织。

四、报名要求：持企业营业执照、资质证书、取费证书、项目经理证原件及复印件、企业法人授权委托书及被授权人身份证原件及复印件。

五、报名时间：年月日时至年月日时。

六、报名地点：××××××××××××

七、资格预审文件每套售价为人民币元，售后不退。

八、资格预审结果将及时告知投标申请人，请按照资格预审合格通知书中确定的时间、地点和方式获取招标文件及有关资料。

招标人：{招标人名称}

联系电话：{招标人电话}传真：{招标人传真}

联系人：{招标人联系人}

招标代理机构：{招标代理机构名称}

联系电话：{代理电话}传真：{代理传真}

联系人：{代理联系人}

年月日

三、招标章程

××公司外购××产品招标章程

一、宗旨

第一条为了加强企业的经营管理，提高产品质量，降低成本，满足消费者提出的更高要求，对××产品采取公开招标，特制定本招标章程。

二、招标管理

第二条由招标单位有关负责人组成领导小组，成立招标办公室，指派专人办理具体工作。

第三条严格执行招标的规定程序和保密原则，尊重投标单位的合法权益，投标箱在公证员监督下密封，投标文件一律投入密封箱内保存，待开标时开封。

三、招标

第四条在国内外公开招标，采用登报或广告形式，也可用书面通知对口单位前来洽谈。

第五条招标单位必须向投标单位提供下列资料：

- （一）招标项目的产品名称、规格、数量及交货期。
- （二）产品图纸及技术文件。
- （三）招标文件及规定格式的招标表格。

四、投标

第六条投标条件：凡具有法人资格和具有招标项目的生产能力（包括材料、设备及相适应的技术条件）者，均可投标。

第七条投标方法：投标单位按照招标要求，向招标单位购买招标文件及有关技术资料，填写招标文件。

附件一：投标企业资格表；

附件二：投标价格表；

附件三：投标商业条件表；

附件四：单位技术资料等。

署名代表人，加盖公章密封，面交或挂号邮寄本公司招标管理办公室。

第八条投标文件必须书写清楚，在规定期限内投送，超过截止日期投标无效。

五、开标

第九条开标时间：由招标投标截止日期后七天至十五天内进行。

第十条开标方式：在由招标单位请公证机关公证员、法律顾问、企业主管单位领导，以及自愿参加的

投标单位代表见证的情况下开标。

第十一条开标程序：招标单位负责人主持开标，由公证员按公证程序进行监督：

（一）查验投标箱密封情况。

（二）开投标箱。

（三）清点投标件数。

（四）拆封、编号。

（五）按招标项目、名称、价格、公开唱标，由工作人员分类登记。

（六）评议小组评议，投标单位代表不得参加，由公证员听取评议。以品质优良、价格优惠为主，参考运费及其他条件，各零部件评选 1~5 户为预选中标单位。

（七）招标单位负责人公布开标结果，宣布预选中标名单。

（八）公证员宣读公证书，发表公证，对预选中标予以确认。

六、中标

第十二条经评定为预选中标者，均为预选中标户，由招标单位发给预选中标通知，约定日期、地点协商谈判。应邀代表携带单位委托书。预选中标单位如在通知的期限内，无承诺反应，即视为弃权。

第十三条与预选中标户协商谈判后，经依次逐一验证，协商比较，综合分析，以质量、价格、交货期、运输条件最佳者为最后中标单位，发给中标通知书，提出要求。

第十四条对未中标单位，招标单位不另发通知，但可接受落标单位查询。

七、合同

第十五条招标单位在选定中标单位后，发给中标单位签约文件，中标单位必须按签订合同的法定手续，如期前来协商，依照《经济合同法》的规定，签订经济合同，互相信守。违约者必须承担经济、法律责任。

八、其他

第十六条本章程如有与国家政策法律相抵触者，以政策法律为准。本章程未尽事宜，在执行中可补充修正。

×××机械制造有限公司

招标管理办公室

×年×月×日

四、投标书

××公司投标书

××旅游总公司：

招标文件 IMIRC—ICB001 号已阅，经研究决定，我们愿意参加××××所需货物项目的投标，并授权签名人×××代表我方提交下列文件正本一份，副本两份。

- 1 投标报价表。
- 2 货物清单。
- 3 技术差异修订表。
- 4 资格。
- 5 ××开具的金额为×××元的投标保证金。
- 6 开标一览表。

签名人兹宣布同意下列各点：

- 1 所附投标报价表所列拟供货物的投标总价为 1 000 万美元。
- 2 投标人将根据招标文件的规定履行合同的义务。
- 3 投标人已详细审阅全部招标文件的内容，包括修改条款和所有供参阅的资料及附件，放弃要求对招标文件作进一步解释的权利。

- 4 本投标书自开标之日起 90 天内有效。
- 5 如在开标之后的投标有效期内撤标，投标保证金则可由贵公司没收。
- 6 理解你们并不限于接受最低价和可以接受任何标书的决定。

（提交的具体材料略）

投标单位：××××××××

地址：××××××××××××

电话：××××××××

传真：××××××××

授权代表：×××（公章）

×年×月×日

五、中标通知书

中标通知书

××招（）中（）第号

（中标人的全称）：

_____的_____工程已依照《中华人民共和国招标投标法》和《房屋建筑和市政基础设施工程施工招标投标管理办法》的规定进行招标，经评标、决标，由你单位中标。现办理中标手续。中标单位

收到中标通知书后，在_____年____月____日____时前，到与建设单位签订承包合同。

工程名称			建设地点			
计划文号			设计单位			
建设规模			设计审查 文号			
招标方式			招标范围			
工程类型			中标价			
中标工期			中标质量 等级			
结构类型		层数	地上	项目经理	姓名	
			地下		证书等级	

招标人：（章）

法定代表人：（章）

年 月 日

第一联：建设单位存查，第二联：市建委建管处存查；第三联：市招标办存查，第四联：施工单位存查。

六、涉外招标投标

××建设总公司招标投标

苏南环保项目贷款号：×××招标编号：

根据刊登在联合国发展论坛商业版的上述项目总采购通知，特刊登本具体招标投标。××建设总公司受常州化工厂委托，兹邀请合格供货商就苏南环保项目所需的下列货物和技术进行密封投标，采用国际竞争性招标的招标程序。合同将由世界银行贷款支付。

年产 60000 吨的氯碱工厂，使用离子交换膜技术。

凡愿参加此次投标的投标商，请于 20××年 6 月 23 日（星期日和节假日除外）起，每天上午 8：00～11：00（北京时间）按下述地址到××建设总公司洽购招标文件。招标文件售后不退，标书价格为 2000 元人民币。

××建设总公司接受投标文件的最后截止日和时间为 20××年 8 月 8 日下午 3：00（北京时间），其后收到的投标文件恕不接受。

兹定于 20××年 8 月 8 日下午 3：00（北京时间）在××建设总公司谈判楼公开开标。

地址：××××建设总公司×××

传真：×××

电话：×××

邮编：×××

邮箱：×××

七、涉外投标申请书

（一）概述

涉外投标文件是与涉外招标文件相对应的一组文字材料。它包括投标申请书、投标书、工程总量表、投标保函和答辩书等。这里所说的涉外投标申请书，是指投标人根据招标文件的规定和要求。为了达到中标的目的而制作的申请参加某项投标活动的书面文字材料。它主要申明参加投标活动的意向，着重介绍投标单位的施工或投标应具备的能力，包括企业经济性质、审定企业类别、营业执照批号、企业地址、企业简历、施工方法及施工机械等。在报送投标申请书的同时，还要填写和报送投标资格预审书。招标人经过审查，给合招标条件者，发出投标资格预审通知后，投标人才具备了参加投标竞争的资格。

涉外投标申请书的作用，可以让招标机构了解投标人的组织机构、技术力量等基本情况，是确定投标人是否有资格参加投标的重要依据，也是投标人战胜竞争对手的有力武器。

涉外投标申请书，专用于涉外工程项目或进出口贸易等项目的投标活动，国内工程项目或其他项目的招标投标活动，如果不带有涉外性，则不使用涉外投标申请书。

涉外投标申请书的分类按不同标准有不同分法：

（1）按投标性质划分，一般分为两种：一种是涉外性的投标申请书，主要是指本国在去国外承包或外国到本国来承包时所写的投标申请书；另一种是国际性的投标申请书，主要是指根据不同国家的承包单位为发包单位完成所规定的投标任务，发包单位给承包单位一定报酬时所写的投标申请书。

（2）按投标项目来划分，主要包括科学技术研制投标申请书、技术引进或转让投标申请书、人才劳务投标申请书、提供机械设备投标申请书、产品销售投标申请书、建筑安装工程投标申请书等。

涉外投标申请书的特点主要概括为：

（1）涉外性。所谓涉外性，就是指一个国家的投标人向另一个国家的招标人进行投标，或是国际上多个国家的投标人同时向一个国家的招标人进行投标，此时所写的投标申请书就带有涉外性质。

（2）竞争性。所谓竞争性，就是指投标者之间的实力、施工机械、技术水平、技术队伍等充满竞争性，谁有实力谁就能获得投标资格，谁夺得招标项目谁就有项目的开发权，否则，就会与投标失之交臂。

(3) 策略性。投标申请书旨在获得投标的资格, 并以此展示投标者的能力。因此, 在编制时尤其要讲究策略性, 比如要充分证明投标者的设备能力、技术水平等, 并以此增强投标者的中标可能性。同时, 不能为了达到目的而不择手段, 盲目地、不切实际地作承诺。

(二) 编制方法

涉外投标申请书的编制法往往采用报表的形式, 对投标单位的意愿和应具备的条件等作出明确的回答和说明。文字要简洁、明确, 图表要清晰, 符合招标书的要求, 尤其要注意以项目所在国的规范和标准来编制投标申请书, 或用该国所在地区或国际通用的标准和规范来编制。

涉外投标申请书一般由标题、投向单位名称(接受投标申请的单位名称)、正文和落款几个部分组成。

(1) 标题, 由投标类别和文种组成, 如“建筑安装工程投标申请书”、“人才劳务投标申请书”。

(2) 投向单位名称, 一般写某国管理该项招标投标工作的单位名称。应视实际情况而写, 如果在招标文件中投标人须知中有说明的, 则按照说明书写即可。

(3) 正文, 由前言、主体和附件组成。前言, 写投标人拟参加什么项目的投标, 提出申请并请求批准之类的文字。主体, 一般是填写一些固定栏目, 其中包括: 投标企业的情况介绍、承包人拟承担的任务、施工方法及施工机械等。附件, 即提供一些介绍本投标人(单位)具体情况资料。

(4) 落款, 注明投标单位名称、盖公章; 写明负责人、联系人姓名、盖章; 电话和投标时间等。

八、商贸请示

关于处理××公司因我历年到货损失提出索赔的请示

总公司:

×年1月, 我竹编代理××公司董事长×××, 副经理×××来我公司洽谈业务, 口头提出要求解决历年到货的损失问题。春交会上, 该公司正式以书面形式详列2008~2010年到货的损失情况及损失金额, 总计人民币38万元(详附信及明细表影印本), 提交我方要求予以解决。

××公司每年经销我竹编金额约人民币770万元。过去, 由于我公司产品质量不稳定, 部分产品包装简陋, 加上辗转运输, 到货不免有破损、霉变、爆裂、油漆剥落、粘纸等情况。2009年2月29日客户就曾来信提出索赔, 当时我方未予明确表态。现事隔多年, 他们又对历年所到货的损失一并提出索赔要求。按照一般贸易惯例, 显然不符有关索赔的规定。但考虑到双方友好的贸易关系, 且过去到货又确有损失, 对此似宜作出处理。我们建议:

(一) 为鼓励××公司的经营积极性, 对2003~2008年到货损失的38万元人民币给予30%的赔偿, 计人民币11.4万元。××公司如有异议, 赔偿金额可酌量增加, 但最高不超过50%, 2008年以前的损失不再予以考虑。

(二) 上述问题打算在 2011 年 4 月 20 日杭州小交会上与客户协商解决。为顺利解决此问题, 请总公司洽××公司协助一同做好客户工作。

上述意见当否?请指示。

××手工艺品进出口公司

×年×月×日

附件: ××公司来信, 明细表影印件三份。(略)

九、商贸会谈纪要

关于筹建合资公司的会谈纪要

(×年×月×日)

中国纺织品进出口总公司××分公司(以下简称甲方)与新加坡××服装中心(以下简称乙方), 根据原来达成的合作意向, 就双方共同建立合资公司, 发展中国丝绸时装出口业务, 于×年×月×日在南京会谈, 现将会谈达成的一致意见, 纪要如下:

(一) 甲乙双方为发展中国丝绸时装出口业务及扩大丝绸时装的生产技术合作, 同意合资经营一个公司。

(二) 上述合资公司的名称暂定为“中新丝绸时装公司”或“国际丝绸时装公司”。其宗旨是, 组织丝绸时装的生产技术交流与业务合作, 培养设计和缝制技术人员, 促进中国丝绸时装出口贸易的发展, 增进两国人民的友好往来。

(三) 上述公司是甲乙双方共同投资合营的有限公司。在筹备及建立之初, 甲乙双方应尽可能提供方便, 并负责筹建所需经费。

(四) 资金。总投资为人民币 48 万~52 万元, 甲方投资 51%, 乙方投资 49%。

(五) 总公司设于中国南京, 分公司设于新加坡。总公司设正副总经理各 1 人, 总理由甲方委派, 副总经理由乙方委派。分公司亦设正副经理各 1 人, 经理由乙方委派, 副经理由甲方委派。总公司、分公司各配备工作人员 2~3 名, 编制人员共 8~10 人。上述公司的人员凡系兼职者一律酌付兼职津贴, 不支付薪金; 专职人员支付薪金, 工资标准另定。

(六) 董事会由甲方和乙方的代表、中时公司、中国纺织品进出口总公司、南京有关工作部门及新加坡服装中心的代表, 共 7~9 人组成。董事会推选董事长 1 人, 副董事长 1 人。每年召开董事会两次, 研究和讨论公司的重大问题。

(七) 上述公司成立后, 凡由该公司完成的业务, 甲方将支付一定的佣金, 以促进其业务的发展。

(八) 凡经营所得利润按双方投资比例分配。

(九) 公司的一切活动必须遵守双方政府的有关法令和规定。

(十) 上述公司经双方有关行政领导部门批准后, 正式开始营业。合营期限为五年, 期满前一个月, 如其中一方未提出异议, 合营公司自动延期两年。

(十一) 上述公司未成立前, 双方将一如既往, 友好合作发展现有的业务, 共同为建立上述公司积极创造条件, 为两国人民的友好往来多作贡献。

甲方: 中国纺织品进出口总公司××分公司

乙方: 新加坡××服装中心

甲方代表: ××× 乙方代表: ×××

十、国际商务谈判备忘录

中国博达实业有限公司与意大利

Y. H 股份有限公司会谈备忘录

中国博达实业有限公司(简称 A)与意大利 Y. H 股份有限公司(简称 B)的代表于 200×年×月×日在 A 总部就 W 型传真机的转让制造一事进行了初步协商, 在平等友好的气氛下双方交换了意见, 并对以下事项达成了初步共识:

一、A 要求 B 将现行生产的 W 型传真机的生产技术以 Knowhow 的方式出售给 A。

二、A 要求向 B 购买为生产 20000 台 W 型传真机所需的全部设备和材料, 以便自行生产, 并只向 A 提供(详见 B 提供的材料清单)(略)。

三、A 所属的划时代电子公司按照上述第一、第二项在生产 W 型传真机时, 聘请 B 的工程技术专家 Rainer Koepke 为 A 对该型传真机的生产进行技术指导。

四、A 确认对于上述 20000 台 W 型传真机的转让制造, 双方同意其付款条件是委托中国银行开立经意大利开发银行通知的以 B 为受益人的不可撤销信用证, 以美元支付。

五、本备忘录中之第一、二、三和四条作为一个完整的整体(但转让生产技术是可以进一步探讨的)。

六、关于向 A 转让生产技术, B 与意大利有关部门需进行详尽讨论。在研究 A 所提出的协议书草案后, B 将向 A 发出邀请, 派代表团前往意大利参观和进一步讨论 W 型传真机转让生产技术的可能性。

七、双方都有义务对本备忘录保守秘密, A 方保证不向别国转让备忘录和协议书规定的资料。

中国博达实业有限公司意大利 Y. H 股份有限公司

经理(签字) 略 经理(签字) 略

200×年×月×日

十一、对外贸易谈判方案

商务谈判方案

会议时间：20××年×月×日

会议地点：××国际会议中心 2 号会议

主方：××有限公司

客方：××科技有限公司

谈判具体方案

一、谈判双方公司背景：

1. 甲方公司分析

××电子有限公司成立于 1997 年底。本公司主要从事系统集成方案设计与实施、网络综合布线、工程建设、软件发开、技术培训、设备维修等。公司拥有设备齐全的办公条件及优越的工作环境，办公面积达近 400 平方米。现有员工 56 人，管理层由富有经验的 IT 精英与专业管理人才组成，技术骨干队伍毕业于国内各名牌院校，80% 的员工具有大专、本科以上学历。作为优秀系统集成商，公司通过实行严格科学的一体化管理措施，结合面向对象的系统工程方法和先进的组件技术，从而缩短工作周期，加强系统运行的可靠性、可扩充性和可重用性。从而提供最优秀的计算机系统整体解决方案。

2. 乙方公司分析：

××电子科技有限公司，成立于 2003 年 3 月，是×国一家以研发和生产高品质的 MP3 系列随身听为主的高新企业，是目前国外有自主研发能力的 MP3 企业之一。经过一年多的高速发展，××MP3 正在为越来越多的消费者了解、接受、认可和喜爱。

二、谈判的主题及内容：

1. 经销 MP3、MP4 两种数码电子产品，不用型号的价格、数量，主要是价格的折扣情况；
2. 货物的结算时间及方式；
3. 定金的支付，违约的赔偿问题。
4. 促销措施及奖励。

三、谈判目标：

1. 以对我公司最有利的条件代理经销 MP3、MP4 两种数码电子产品：价格合理，所经销的 MP3、MP4 两种数码电子产品型号符合消费者使用需求。

2. 奖励办法及促销活动方案（略）

四、谈判形式分析：

（一）我方优势分析：

1. 全国 75 家有名代理经销商排名第 37 名，2004 年度广西南宁信誉联保金牌单位前 11 名，广西守合同重信用企业，信誉好，实力强，公司产品对消费者具有很大吸引力，消费者需求市场大。

2. 作为代理经销商，自由选择权大。我公司作为多家数码电子产品代理经销商，代理经销谁的产品，选择权在我们手中。

（二）我方劣势分析：

我方作为数码电子产品代理经销商，在南宁市场中，有多家实力雄厚的公司与我公司进行竞争，比较有名实力雄厚的数码电子产品代理经销商就有南宁××科技有限公司等。

（三）我方人员分析：

×××：洞察力强，看问题比较冷静，擅长沟通谈判艺术，本次谈判的主要对手和关键人物。

×××：注重细节，性格开朗，我公司的核心人物之一，具备较强的销售经验。

（四）客方优势分析：

1. ××电子科技有限公司，成立于 2003 年 3 月，是一家以研发和生产高品质的 MP3 系列随身听为主的企业，是国外有自主研发能力的 MP3 企业之一。

2. 率先采用×××、×××顶级解码芯片，以及×××的晶振、×××高精度阻容件、×××钽电容、××的塑料等国际一流元件作为产品原材料。

3. 公司拥有强大的研发队伍及先进的技术设备，以高起点的技术及产品定位、准确的市场定位、强劲的创新力，持续保持着高速的成长与发展态势。

（五）客方劣势分析：

1. 国内外 MP3、MP4 品牌竞争激烈，中国作为一个拥有 13 亿人口的大国，最终消费者和潜在的消费具有强大吸引力，国内外知名名牌纷纷依托自己产品的优势抢住中国市场，有望在中国市场占有自己的一席之地。

2. 作为国外知名企业，产品的售后服务体系有待加强，产品维修一般都要到特许或指定维修点。

（六）客方人员分析：

×××：统筹全局能力强，思维严密，亲和力强，头脑灵活，是一位合格的将才。

×××：熟悉 MP3 行业，市场经验丰富，看问题善于抓住本质。

五、相关产品的资料收集。

1. 公司介绍：

（1）××××电子公司成立于 1993 年，是一家专门从事计算机网络系统、科学仪器和通信产品的开发、研制、生产及通信工程组网的高科技企业。

（2）××××创建于 2001 年 6 月，是一家由优秀半导体专业人才发起的风险企业。

2. 上述公司相关公司产品（略）

六、谈判的方法及策略：

（1）谈判方法：把横向谈判和原则型谈判相结合。在谈判过程中，在确定谈判所设计的主要问题后，把拟谈判的议题全部横向展开，多项议题同时讨论。在立场上可以软硬兼施。

（2）谈判策略：

- a) 突出优势
- b) 模拟演习
- c) 底线界清
- d) 了解对手
- e) 随机应变
- f) 埋下契机

七、谈判的风险及效果预测：

（一）谈判风险：

1. 对方可能会在谈判中凭其优势地位不肯在价格上让步，我方必须发挥自身优势和经销商的身份迫使其做出让步。

2. 谈判中对手可能会对我方采取各种手段和策略，让我方陷入困境，对此我方必须保持头脑清醒，发挥好耐心的优势，冷静而灵活地调整谈判策略。

（二）谈判效果预测：

双方以合理的条件取得谈判的成功，实现双赢，双方能够友好的结束谈判，获得成功，实现长期友好合作。

八、谈判预算费用：

- A. 车费：500
- B. 住宿费：5000
- C. 饮食费：6000
- D. 电话费：600
- E. 旅游礼品费用：3000
- F. 翻译费：5000

合计：20100

九、谈判议程：

（1）双方进场

（2）介绍本次会议安排与与会人员

(3) 正式进入谈判

A: 介绍本次谈判的商品型号, 数量等情况。

B: 递交并讨论代理销售协议。

C: 协商一致货物的结算时间及方式。

D: 协商一致定金的支付, 违约的赔偿办法及法律责任。

(4) 达成协议

(5) 签订协议

(6) 预付定金

(7) 握手祝贺谈判成功, 拍照留念。

(8) 设宴招待, 谈判圆满成功

十二、对外贸易谈判纪要

关于中美筹建合资公司的会谈纪要

(20××年×月×日)

美国××纺织品总公司××分公司(以下简称甲方)与中国×××银星服装中心(以下简称乙方), 根据原先达成的合作意向, 就双方共同建立合资公司, 发展中国丝绸时装出口业务, 于20××年×月×日在南京会谈, 现将会谈达成的一致意见, 纪要如下:

(一) 甲乙双方为发展中国丝绸时装出口业务及扩大丝绸时装的生产技术合作, 同意合资经营一个公司。

(二) 上述合资公司的名称暂定为“××丝绸时装公司”。其宗旨是, 组织丝绸时装的生产技术交流与业务合作, 培养设计和缝制技术人员, 促进中国丝绸时装出口贸易的发展, 增进两国人民的友好往来。

(三) 上述公司是甲、乙双方共同投资合营的有限公司。在筹备及建立之初, 甲、乙双方应尽可能提供方便, 并负责筹建所需经费。

(四) 资金。总投资为人民币约50万美元, 甲方投资51%, 乙方投49%。

(五) 总公司设于中国××, 分公司设于×××。总公司设正副总经理各1人, 总理由甲方委派, 副总经理由乙方委派。分公司亦设正副经理各1人, 经理由乙方委派, 副经理由甲方委派。总公司、分公司各配备工作人员2~3名, 编制共8~10人。上述公司的人员凡系兼职者一律酌付兼职津贴, 不支薪金; 专职人员支付薪金, 工资标准另定。

(六) 董事会由甲方和乙方的代表、××公司、美国××纺织品总公司××分公司、××有关工作部门及××服装中心的代表, 共7~9人组成。董事会推选董事长1人, 副董事长1人。每年召开董事会两

次，研究和讨论公司的重大问题。

（七）上述公司成立后，凡由该公司完成的业务，甲方将支付一定的佣金或折扣，以促进其业务的发展。

（八）凡经营所得利润按双方投资比例分配。

（九）公司一切活动必须遵守双方政府的有关法令和规定。

（十）上述公司经双方有关行政领导部门批准后，正式开始营业。合营期限为五年，期满前一个月，如其中一方未提出异议，合营公司自动延期两年。

（十一）上述公司成立前，双方将一如既往。友好合作发展现有的业务，共同为建立上述公司积极创造条件，为两国人民的友好往来多作贡献。

甲方：美国××纺织品总公司××分公司

代表：×××

乙方：中国×××银星服装中心

代表：×××

十三、函

××厂关于请求协助解决 技术人员进修外语问题的函

××大学校长办公室：

为适应引进国外先进技术和设备的需要，我厂拟派 10 名技术人员到贵校出国人员英语强化班进修半年。为此，特与贵校商洽，恳请给予大力支持。有关进修费用等事宜，统按贵校有关规定办事。

谨请函复

××厂（公章）

×年×月×日

十四、涉外商函

（一）概念

随着全球经济一体化、世界格局多元化进程的加快和国际商务贸易活动的日益频繁，涉外商函在国际社会中的运用逐步广泛起来，其发挥的作用也越来越重要。涉外商函是外经贸组织、外向型企业在国际商务活动中，对业务往来、社会交际、事项通知、事务宣传等国际商务活动进行处理所采用的一种涉外商务

文书。

（二）编制方法

在涉外商务活动中，涉外商函对于公司树立良好的企业形象有着极为重要的意义。涉外商函与国内商函相比较，虽然书写内容、注意事项等方面有一定的相似性，但由于涉外商函所采用的语种不同以及各国间习俗、礼节等众多的相异之处，在书写时所要注意的问题还是比较多，一般以英语为主要书写语种的典型涉外商务信函的结构内容应包括以下几点：

（1）信头（Letter Head）。一般来讲，涉外商务信函应使用印有“letter Head”的公函信笺，它包括企业的名称、地址、电话、传真号及公司标记等，这样信头就不必单独再写了。

（2）案号和日期（Reference Number and Date）。一般商务信件往来频繁，应注意编号。信头上常印有“your ref :”和“our ref :”是来函和发函编号，由经办人姓名的第一个字母和编号组成，如“your ref : DH\369”、“our ref : HF\8”。日期中的月份应全部写出，不用数字表示，以免混淆。例如 2003 年 6 月 16 日应写成“June 16, 2003”或“16 June 2003”。

（3）信内名称地址（Inside Nanlead Dress）。信内名称地址的位置在信纸的左上角。书写顺序应由小到大：公司名称或收信人姓名、职务——房屋或大厦名称——大厦号码及所在街道或路的名称——省市名称及邮编——国家名称。

（4）称呼敬语（Salutation）。这是商务信函的开场白，如知道对方姓名，就用“Dear Mr /Mrs / Miss / Ms ”加上姓；如不知道对方姓名，可用“Dear Sir”、“Dear Madam”也可用“To whom if may concern”。如对方职务较高，则最好用其职务名称，如“Dear Prof Smith”、“Dear Dr Henson”等；称呼一家公司就用“DearSirs”或“Gentlemen”。称呼结束处一般用逗号，在“Gentlemen”后常用冒号。

（5）正文（Body of the Letter）。正文是商务信函的核心部分，其内容尽量做到一事一信，以避免耽搁，并便于对方回复。如若有必要把不同的问题在同一封信中提出，最好加上标题，并分段落。书写信文尽量使用商务术语，做到正确（Correctness）、清晰（Clearness）、简明（Conciseness）、完整（Completeness）和礼貌（Courtesy）。同时，要注意信函中语调的运用也是非常重要的，它表达了对收信人的态度，适当的语调将会给双方创造良好的沟通气氛。

（6）结束敬语（Complimentary Close）。结束敬语只是一种客套性的词语，如称呼用“Dear Sir / Dear Sirs / Dear Madam”，结束敬语就应用“Yours faithfully”；如称呼用“Dear Mr John / Dear Mr Smith”，结束敬语就应用“Yours sincerely”。

（7）署名和经办人（Signature and Reference Notation）。在结束敬语下面应列出发信人的公司或商号名称，涉外商函若属公司正式公函，可加盖公司或商号的公章，在其后面签署经办人的姓名。

（8）附件（Enclosure）。附件一般是在信函左下方写附加语的位置处注上“Enclosure（Encl ）。”

（三）注意事项

涉外商函的书写格式，习惯上分为齐头式和缩头式两种。齐头式是指信函从信内地址到结束敬语部分的每一行的开头都靠左边对齐；缩头式要求信函正文与结束敬语部分的每一段落的开头往后缩进 5～6 个字母，其他部分与齐头式相同。

十五、招商说明书

给您一个赚钱的位置

××国际电器电子城招商

一、××国际电器电子城是经××市人民政府批准，××市计委备案，在××市工商行政管理局直接领导下，由××国际电器电子城有限公司投资 1000 万元人民币兴建的华中地区规模最大的电器电子专业市场。

二、本城位于××市中心××大道××号，东临××××，西接××××，南对黄金水道——长江，北接最繁华的商业一条街——××路，交通便捷，人流如潮，是投资经营的理想场所。

三、招商对象：国内外电器电子厂家、代理商、批发商、经销商、私营企业主、个体工商户。

四、经营方式及商品范围：批零兼营，主营家用电器、影音器材、音像制品、空调制冷设备、计算机、办公设备、通信产品、电子元器件、摄影器材、相关电子产品及配件。

五、本城设施一应俱全，给商户提供完善舒适的经营环境，并提供热情、周到的服务，前 100 名客商享受摊位 8 折优惠，同时所有客户享受其他专业市场的优惠政策。

联系地址：××市××路××号××酒店××室

联系电话：××××××××

手机：××××××××

联系人：张先生、王先生

附图（略）

××国际电器电子城

×年×月×日

十六、商务介绍书

望湖宾馆简介

望湖宾馆位于杭州的西子湖畔，面对秀丽的湖光山色，背靠繁华的商业中心，地理位置得天独厚，环境清新、幽雅，是一家四星级涉外旅游商务酒店。

望湖宾馆是杭州交通最便利的旅游商务酒店之一，步行两分钟即可到达西湖，5 分钟可达商业中心，

驱车前往火车站只需 10 分钟，到国际机场仅需 15 分钟。拥有豪华套房标准双人房、单人房 400 间，以及完善的服务设施、丰富多彩的娱乐、康乐项目。装饰豪华的娱乐宫设有一流的 KTV、MTV 沙龙及彩幻的的士高歌舞厅。位于八楼的“望湖楼”风味厅为您提供名厨主理的美味佳肴，再现南宋菜肴风情，用餐、西湖美景尽收眼底。底层食街将使您对独具风味的江南小吃回味无穷。购物中心精美的工艺品，土特产品将使您爱不释手。桑拿、按摩、健身房、游泳池为您的旅途增添无限的乐趣。

望湖宾馆的建筑和装修是古典与现代艺术的完美结合，典雅高贵。宽敞华贵的客房，尽善尽美的服务，随时随地使您感受到舒适与温馨。

位于宾馆四楼的“望湖商务俱乐部”商住两用，实为商旅人士来杭的理想居处。完备的通信、办公设施和 24 小时善解人意的殷勤服务，随时为繁忙的商旅人士提供综合性系列服务。宾馆附设的国际会议中心，具备六语种同声传译设备，可接纳 300 人以内的各类会议演出。先进的国际通信设备及训练有素的员工为您提供热情周到的服务。

入住望湖宾馆，不仅会感受到它的便捷，更会感受到它至高至真的服务艺术。

望湖宾馆全体员工热忱地欢迎您！

望湖宾馆地址：

电话：（略）

传真：（略）

电子信箱：（略）

邮编：（略）

十七、合作意向书

联合开发游览区意向书

××实业发展公司（以下简称甲方）和××省旅游事业管理局（以下简称乙方）为发展×××游览区一事，特订立合作意向书如下：

甲方愿以多年来经营旅游事业的经验以及财力，协助乙方开发×××游览区。乙方也愿意推诚合作，从各方面给予方便权利，协助甲方开发×××旅游专线的工作。一俟双方达成正式协议，并经签字后，合作即可展开。

本意向书一式两份，双方签署后，各执一份为凭。

甲方：××实业发展公司 乙方：××省旅游事业管理局

代表人：××× 代表人：×××

×年×月×日

十八、索赔书、理赔书

索赔书

××公司：

××年秋交会上双方签订的第×号合同项下的柠檬茶×箱，你方没有按规定开出信用证。虽经我方多次催促，至今仍未见办理。上述货物早已备妥，堆放仓库待运。由于你方久不履约，致使我方经济上蒙受很大损失。据此，上述合同不得不予以撤销。有关包装损失及仓储费用等共计人民币××元，应由你方负责赔偿。随函附上付款通知书一纸，希即将该款汇下。

××进出口公司

××年×月×日

理赔书

×××行：

×年×月×日来信及寄来的破损画蛋实样收到。

合同×号项下的画蛋到货破损情况已悉。从所寄来的实样看，这批货的受损程度不一，有的较严重，蛋壳破裂，木座脱榫，玻璃框破碎；有的较轻，仅蛋索、木座损坏，玻璃框仍完好。我们认为，应视实际损坏情况分别予以处理。

来信提及×号损坏×盒，但这仅仅是估计。请即查明其中蛋壳、木座、玻璃框俱损坏者有多少；玻璃框完好，仅蛋壳、木座破损者有多少。对于前一种情况，我们即如数补装；对于后一种情况，将按具体损坏数量提供蛋壳和木座，烦请你方代为调换。

关于到货破损检验证明，鉴于双方以往的友好贸易关系，我们破例同意你方对这批破损到货免于提交公证行检验证明，以减轻费用支出。上述处理意见，请即研究答复。

××进出口公司

×年×月×日

十九、公关活动企划书

康达药业集团成都市场路演活动企划

企划单位：康达药业集团公关部

提出人：×××

提出日期：20××年×月×日

撰稿单位：康达药业集团××部

撰稿人：×××

完成日期：20××年×月×日

目录：（略）

前言

成都是康达药业集团所在地，成都市场也就是康达药业集团的战略性市场，康达药业集团的品牌竞争力在成都占有绝对优势地位，倾力打造更佳的企业形象是康达药业集团多年来不懈努力追求的目标。

一、市场背景

20××年×月×日，一年一度的“护士节”如期而至，今年与往年的“护士节”相比，因为突如其来、肆虐全国的“非典”给人们蒙上了忧郁和压抑的阴影，白衣天使抗战“非典”的第一线，浓浓的温情更为人们所体味，忘我的精神更为人们所敬仰。护卫健康已经成为人们高度关注的焦点，非常时期应该采取特别的公关策略，尤其在“护士节”这个特别的日子，康达药业集团借此时机向全体医务人员致敬、献爱心可以引起人们的共鸣，在消费者心目中树立良好的形象。

二、活动目的

（一）提高消费者对康达品牌忠诚度。

（二）进一步提升企业形象。

三、路演活动主题：“护士节”献爱心

护卫人民大众的健康是康达药业集团及每一位成都市民的美好追求。康达药业集团以“护士节”献爱心为主题通过活动激发广大市民护卫健康、奉献爱心。通过活动展示出康达药业集团志在与全体医务人员一道为人民大众的健康同呼吸共命运的社会责任感，以此来提升康达药业集团的社会公众形象，增强与市民的情感沟通，提升品牌的美誉度。

四、路演活动内容

（一）康达药业集团有关领导讲话。

（二）康达药业集团向市卫生系统捐赠“非典”药品。

（三）文艺节目演出。

（四）“非典”知识竞答。

五、活动的原则

1 针对性原则。活动要吸引目标顾客；要选择人流量较大、场地较宽广的地段作为路演现场。

2 效益性原则。一方面要严格控制活动成本，除固定的演出劳务费用外，尽可能地控制好场地费；另一方面要充分发挥活动效果，必须力求观众数量最大化的前提下，观众中目标顾客比例最大化。

六、路演活动设计

（一）康达药业集团有关领导讲话。

公司领导代表康达药业集团对广大观众表示热烈欢迎和问候，向广大消费者多年来的关心和厚爱表示衷心感谢，并表示建设现代化的成都和护卫人民的健康，是康达药业集团及每一位成都市民的美好追求和神圣责任。

（二）康达药业集团向市卫生系统捐赠“非典”药品。

康达人愿与医务人员一道护卫健康，风雨同舟，并肩奋斗，从而体现出康达药业集团“服务社会，关爱民生”的社会公众形象，传播了良好的品牌形象。

（三）文艺节目演出。

1 确定合作的演艺公司。康达药业集团与成都一家颇具实力的演艺公司达成战略排他性协议，即康达药业集团将来的演出均委托此公司协办，此公司在演出过程中以康达药业集团艺术团名义出现，演艺公司以最低的价格每场 10000 元为康达药业集团提供服务。

2 节目形式以歌曲、小品、相声等为主，还根据实际情况穿插地方戏节目。力求节目一要突出“护士节”献爱心的主题；二要突出健康、时尚、活力，充分调动观众的积极性；三要突出互动性，请有一定演艺水平的观众同台演出。

3 编排演出内容。演艺公司的所有演出节目均由康达药业集团选择和审订，而且对演出要进行深度评估，以保证每一个出演的节目都精彩纷呈，深受观众喜爱，通过观众对节目本身的印象力增强品牌记忆力。

4 主持人台词的规范。活动效果如何与主持人的水平至关重要，我们对主持人的台词进行了规范，既不要带有过多的商业气氛，又要恰到好处地对企业的有关情况和品牌资源进行高效传播。

（四）“非典”知识竞答。

特有的互动性和参与性会令消费者感到欣喜，是演出中调动观众激情的最有效手段。采取现场报名的方法，先进行分组参赛，再进行决赛。最终的十名获胜者授予“护士节”献爱心使者称号，终身享有康达药业集团提供药品优惠。

（五）路演场地布置。

为了提高宣传效果，在演出当天上午 9 时前搭好舞台，布置好舞台品牌宣传背景、彩虹门、气球彩带和太阳伞等现场宣传品，并标明演出时间，使过往行人关注此活动，就是行人没有来观看节目，但至少品牌信息已经传播给了他们，品牌印象加深了。

（六）注意事项。

- 1 演艺方要确保节目的编排质量和人员的到位情况，现场要及时搭建好舞台，布置好场景。
- 2 集团公司公关部在路演活动前，要与场地方保持密切配合，确保场地能按时使用。
- 3 集团公司公关部要协调好城管等部门，保证路演活动的正常进行。
- 4 市场营销部同时要保证捐赠药品和促销用药的充足供应。

七、路演活动主办单位与协办单位

主办单位：康达药业集团

协办单位：蜀成演艺公司

八、路演活动的演出地点

演出地点：成都锦江市政广场（成都市锦江区旧事路 88 号）

九、路演活动的演出时间

演出时间：20××年×月×日 16～20 点

十、费用支出及效果评估（略）

全国职业经理MBA双证班

认证系列：职业经理、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、企业培训师、营销策划师、酒店经理、市场总监、财务总监、行政总监、采购经理、企业管理咨询师、企业总经理、医院管理、IE 工业工程师等高级资格认证。

颁发双证：高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含 2 年全套学籍档案）

证书说明：证书附档案、电子注册，是提干、求职、晋级的有效依据

学习期限：3 个月（允许提前毕业，毕业后持续辅导 2 年）**收费标准：**全部学费 **1280** 元

咨询电话：13684609885 0451- 88342620 **招生网站：**<http://www.mhjy.net>

电子邮箱：xchy007@163.com **颁证单位：**中国经济管理大学 **主办单位：**美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效



职业经理 MBA 整套实战教程

MBA 经理教材免费下载 网址：www.mhjy.net