

# 2023年书写形式演讲稿 演讲稿格式形式及 (大全5篇)

演讲稿是进行演讲的依据，是对演讲内容和形式的规范和提示，它体现着演讲的目的和手段。好的演讲稿对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇演讲稿那么下面我就给大家讲一讲演讲稿怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 书写形式演讲稿篇一

一篇演讲，改变一生，不是没有可能。

三年的演讲，可以影响一生，应该毋庸置疑。

行政领导每周一升旗仪式轮流专题演讲，全体教师每日上午课间操轮流专题演讲，各班学生代表每日下午大课间活动轮流专题演讲，成为学校一道德育管理的亮丽风景。它犹如每日营养大餐伴随着学生三年的成长，犹如汨汨清泉滋润学生的心田。难怪有的学生会因下雨而取消的演讲惋惜，更有学生建议：雨天的演讲应照常在校园广播中进行。

演讲是一门艺术、是一项技巧，它更是一种教育、一种熏陶。演讲者在规定的场合，特定的时境，针对特别的话题，面对几千名师生，抒发感情，阐述要旨，通过有声语言、身体语言、主体形象宣传和发表自己的主张，感召听众产生共鸣，从而达到影响、说服、感染他人的目的。

政教德育条线根据每学期不同的时段，不同的教育主题，结合学校的实际，确定演讲人选、演讲主题，提前一周审核演讲内容，然后在特定的时间里，由富有表演天赋的演讲者们引经据典、抛砖引玉、慷慨陈词，不知不觉中听讲者在聆听、理解、体会演讲者的观点时陶冶了自己的情操。

雅克·德洛尔说：面对未来的挑战，教育看来是使人类朝着和平，自由和社会正义迈进的一张必不可少的王牌。要使学生最短的时间里每时每刻都受到最大限度的教育，使他们真正成为21世纪的拥有较强自主能力，判断能力；拥有较强使命感与责任感；成为能充分发挥自身的所有才能；成为会生存、会认知、会做事、会共处的一代骄子，创设这样的教育方式堪称杰作。

有一句话说得好：对于一条路太熟悉，往往会忽略了其他路径的存在。人人都知道，单一的缺乏信息量的教育对学生是很不利，但每日一讲就不同了，每日一讲的准备者面对大量信息，精取巧舍，各具特色，不同的思维路径，不同的思考问题的角度，对学生形成了“横看成岭侧成峰，远近高低各不同”的信息格局。这对于听讲者来说，除了单位时间里获取了最大量的、有价值的信息之外，更接受到了一种不断变化、更新的信息动态过程。尤其是科学发展日新月异的今天，新的认识成果不断涌现，作为向学生传达信息任重而道远的教育者不能视而不见，每日一讲就恰到好处地形成了一条开拓学生思维，激活学生思路，架设信息桥梁，让学生领略精彩世界的渠道。

每日一讲者往台上一站，侃侃而谈，他们没有要把自己的意识、思想、观点强加给学生的意思，却更像是透过一种启发，一种诱导在促使学生去追寻、去探索，继而去思考。这样的教育方式没有束缚，没有压制，更多的是让学生感到新奇，感到力量，继之而来的是自律。这样自然的，以人为本的教育形式深受学生们喜爱，它不失为一种伴随着学生成长的成功的教育方式，同时三年的耳濡目染，也同样锻炼和提高了学生的演讲能力、演讲水平和写作水平。

## 书写形式演讲稿篇二

演讲是一种社会活动，是用于公众场合的宣传形式。

它为了以思想、感情、事例和理论来晓喻听众，打动听众，“征服”群众，必须要有现实的针对性。

所谓针对性，首先是作者提出的问题是听众所关心的问题，评论和论辨要有雄辩的逻辑力量，要能为听众所接受并心悦诚服，这样，才能起到应有的社会效果；其次是要懂得听众有不同的对象和不同的层次，而“公众场合”也有不同的类型，如党团集会、专业性会议、服务性俱乐部、学校、社会团体、宗教团体、各类竞赛场合，写作时要根据不同场合和不同对象，为听众设计不同的演讲内容。

演讲的本质在于“讲”，而不在于“演”，它以“讲”为主、以“演”为辅。

由于演讲要诉诸口头，拟稿时必须以易说能讲为前提。

如果说，有些文章和作品主要通过阅读欣赏，领略其中意义和情味，那么，演讲稿的要求则是“上口入耳”。

一篇好的演讲稿对演讲者来说要可讲；对听讲者来说应好听。

因此，演讲稿写成之后，作者最好能通过试讲或默念加以检查，凡是讲不顺口或听不清楚之处(如句子过长)，均应修改与调整。

演讲是一门艺术。

好的演讲自有一种激发听众情绪、赢得好感的鼓动性。

要做到这一点，首先要依靠演讲稿思想内容的丰富、深刻，见解精辟，有独到之处，发人深思，语言表达要形象、生动，富有感染力。

如果演讲稿写得平淡无味，毫无新意，即使在现场“演”得

再卖力，效果也不会好，甚至相反。

演讲稿并不能独立地完成演讲任务，它只是演讲的一个文字依据，是整个演讲活动的一个组成部分。

演讲主体、听众对象、特定的时空条件，共同构成了演讲活动的整体。

撰写演讲稿时，不能将它从整体中剥离出来。

为此，演讲稿的撰写要注意以下几个方面：

首先，要根据听众的文化层次、工作性质、生存环境、品位修养、爱好愿望来确立选题，选择表达方式，以便更好地沟通。

其次，演讲稿不仅要充分体现演讲者独到、深刻的观点和见解，而且还要对声调的高低、语速的快慢、体态语的运用进行设计并加以注释，以达到最佳的传播效果。

另外，还要考虑演讲的时间、空间、现场氛围等因素，以强化演讲的现场效果。

口语性是演讲稿区别于其他书面表达文章和会议文书的重要方面。

书面性文章无需多说，其他会议文书如大会工作报告、领导讲话稿等，并不太讲究口语性，虽然由某一领导在台上宣读，但听众手中一般也有一份印制好的讲稿，一边听讲一边阅读，不会有什么听不明白的地方。

演讲稿就不同了，它有较多的即兴发挥，不可能事先印好讲稿发给听众。

为此，演讲稿必须讲究“上口”和“入耳”。

所谓上口，就是讲起来通达流利。

所谓入耳，就是听起来非常顺畅，没有什么语言障碍，不会发生曲解。

具体要做到：

把长句改成适听的短句；

把倒装句改为常规句；

把听不明白的文言词语、成语加以改换或删除；

把单音节词换成双音节词；

把生僻的词换成常用的词；

把容易误听的词换成不易误听的词。

这样，才能保证讲起来朗朗上口，听起来清楚明白。

演讲活动是演讲者与听众面对面的一种交流和沟通。

听众会对演讲内容及时作出反应：或表示赞同，或表示反对，或饶有兴趣，或无动于衷。

演讲者对听众的各种反映不能置之不顾，因此，写演讲稿时，要充分考虑它的临场性，在保证内容完整的前提下，要注意留有伸缩的余地。

要充分考虑到演讲时可能出现的种种问题，以及应付各种情况的对策。

总之，演讲稿要具有弹性，要体现出必要的控场技巧。

第一：“使人知”演讲。

这是一种以传达信息、阐明事理为主要功能的演讲。

它的目的在于使人知道、明白。

如美学家朱光潜的演讲《谈作文》，讲了作文前的准备、文章体裁、构思、选材等，使听众明白了作文的基本知识。

它的特点是知识性强，语言准确。

第二：“使人信”演讲。

这种演讲的主要目的是使人信赖、相信。

它从“使人知”演讲发展而来。

如恽代英的演讲《怎样才是好人》，不仅告知人们哪些人不是好人，也提出了三条衡量好人的标准，通过一系列的道理论述，改变了人们以往的旧观念。

它的特点是观点独到、正确，论据翔实、确凿，论证合理、严密。

第三：“使人激”演讲。

这种演讲意在使听众激动起来，在思想感情上与你产生共鸣，从而欢呼、雀跃。

如美国黑人运动领袖马丁·路德·金的《在林肯纪念堂前的演说》，用他的几个“梦想”激发广大的黑人听众的自尊感、自强感，激励他们为“生而平等”而奋斗。

第四：“使人动”演讲。

这比“使人激”演讲进了一步，它可使听众产生一种欲与演讲者一起行动的想法。

法国前总统戴高乐在二战期间的英国伦敦作的演讲《告法国人民书》，号召法国人民行动起来，投身反法西斯的行列。

它的特点是鼓动性强，多以号召、呼吁式的语言结尾。

第五、“使人乐”演讲。

这是一种以活跃气氛、调节情绪，使人快乐为主要功能的演讲，多以幽默、笑话或调侃为材料，一般常出现在喜庆的场合。

这种演讲的事例很多，人们大都能听到。

它的特点是材料幽默，语言诙谐。

## 书写形式演讲稿篇三

1. 目标的明确性

2. 内容的竞争性

3. 演讲的技巧性

1. 标题

2. 称谓

3. 正文

(1) 开头。

(2) 主体。

a. 介绍个人简历。

b. 摆出竞聘条件。

c. 提出施政目标、施政构想、施政方案。

(3) 结尾。

竞聘演讲稿的写作要求：

1. 实事求是，明确具体
2. 调查研究，有的放矢
3. 谦虚诚恳，平和礼貌

竞聘演讲稿如何选题，怎么收集材料？

- 1、选择演讲的题目是写演讲稿的第一步，简称为选题。
- 2、人们普遍关心的话题
- 3、传播科学文化知识的话题
- 4、听众感兴趣的话题
- 5、亲身经历的. 话题

二、确定演讲的目的

说服听众改变行为；

传播知识或信息；



激起听众的共鸣和使其理解；

让听众感到愉快。

了解听众的心理

1. 希望提供解决疑难问题的知识、态度和方法
2. 希望能有感情上的共鸣和相互理解
3. 听众希望自身受到尊重

三、确立主题和收集材料

1. 确立主题

2. 材料的收集和选择

怎样选择材料呢？

选择有力地支持主题的材料。

选择典型材料。

选择真实、准确的材料。

选择新颖、生动的材料。

## 书写形式演讲稿篇四

策划书书写格式及内容规范

## 一、封面

为活动内容或活动主题，不需要冠以协会名称。如果需要冠名协会，则可以考虑以正、副标题的形式出现。避免使用诸如“社团活动策划书”等模糊标题。

2、 右下角署名主办和承办单位（若在正文中介绍，此处写策划

人/单位和策划日期时间）

## 二、正文

### （一）主要包含内容

#### 1、 活动背景

这部分内容应根据策划书的特点在以下项目中选取内容重点阐述；具体项目有：基本情况简介、主要执行对象、近期状况、组织部门、活动开展原因、社会影响、以及相关目的动机。其次应说明问题的环境特征，主要考虑环境的内在优势、弱点、机会及威胁等因素，对其作好全面的分析。

#### 2、 活动目的及意义

活动目的即活动举办要达到一个什么样的目标，陈述活动目的的要简洁明了，要具体化；活动意义其中包括文化意义、教育意义和社会效益，及预期在活动中产生怎样的效果或影响等，书写应明确、具体、到位。

#### 3、 活动主题

活动开展前需要定立的主题或口号

4、 活动主办承办（若在封面已写，此项可省略）

## 5、 活动对象

应写清活动开展所面向的所有人员

## 6、 活动时间地点

该项必须详细写出，非一次性举办的常规活动、项目活动必须列出时间安排表（教室申请另行安排）。活动时间与地点要考虑周密，充分顾到各种客观情况，比如教室申请、场地因素、天气状况等。

## 7、 活动内容（活动流程）

活动内容为活动举办的关键部分。活动内容要符合时代主题旋律和校园文化建设内涵，健康向上，富有教育意义与启示意义。杜绝涉及非健康文化的消极内容。要详细介绍出所开展活动的主要内容，如影片放映要写出影片的性质、名称和大致内容。

## 8、 活动分工

活动分工安排大致可以分为三个阶段：

（2） 活动举办阶段（包括人员的组织配置、场地安排情况等）； 注：须注明开展活动的阶段负责人、指导单位、参加人数等信息。

（3） 活动后续阶段（包括结果公示、活动开展情况总结等）；

## 9、 资金预算

资金预算应符合实情，不可夸大预算和过分压缩；应落实到具体项目，以便采购人员进行购买。

## 10、 注意事项（应急措施）

对于大型活动和户外活动，要成立安全小组，指定第一安全负责人，充分考虑安全隐患，把人身安全放在活动开展的首要位置。

### （二）结尾

在策划书的结尾，除写明策划单位、策划时间以外，协会负责人须亲自签名，并盖上协会印章，以示责任。

### 附：注意事项

- 1、 本策划书格式要求只提供基本参考方面，为必须内容。在此基础上，社团策划书可以根据活动大小与类型适当添加、灵活书写，做到内容充实、版面安排得当。
- 2、 本策划书格式要求只对策划内容作出规定，策划书字体、版面排版得当等不作统一要求，但要保证策划书样式规范、美观。
- 3、 如有附件（比赛规则、评分标准、奖项设置等）可以附于策划书后面，作为附录部分。
- 4、 策划书电子版须妥善保管，以备后用。
- 5、 活动策划书应尽量于5—7天前上交活动管理部。

### 策划书的写法格式

#### 一、策划书名称

尽可能具体的写出策划名称，如“×年×月××大学××活动策划书”，置于页面中央，当然可以写出正标题后将此作为副标题写在下面。

## 二、 活动背景：

这部分内容应根据策划书的特点在以下项目中选取内容重点阐述；具体项目有：基本情况简介、主要执行对象、近期状况、组织部门、活动开展原因、社会影响、以及相关目的动机。其次应说明问题的环境特征，主要考虑环境的内在优势、弱点、机会及威胁等因素，对其作好全面的分析(SWOT分析)，将内容重点放在环境分析的各项因素上，对过去现在的情况进行详细的描述，并通过对情况的预测制定计划。如环境不明，则应该通过调查研究等方式进行分析加以补充。

## 三、 活动目的、意义和目标：

## 四、 资源需要：

列出所需人力资源，物力资源，包括使用的地方，如教室或使用活动中心都详细列出。可以列为已有资源和需要资源两部分。

## 五、 活动开展：

作为策划的正文部分，表现方式要简洁明了，使人容易理解，但表述方面要力求详尽，写出每一点能设想到的东西，没有遗漏。在此部分中，不仅仅局限于用文字表述，也可适当加入统计图表等；对策划的各工作项目，应按照时间的先后顺序排列，绘制实施时间表有助于方案核查。人员的组织配置、活动对象、相应权责及时间地点也应在这部分加以说明，执行的应变程序也应该在这部分加以考虑。

这里可以提供一些参考方面：会场布置、接待室、嘉宾座次、赞助方式、合同协议、媒体支持、校园宣传、广告制作、主持、领导讲话、司仪、会场服务、电子背景、灯光、音响、摄像、信息联络、技术支持、秩序维持、衣着、指挥中心、现场气氛调节、接送车辆、活动后清理人员、合影、餐饮招

待、后续联络等。请根据实情自行调节。

## 六、经费预算：

活动的各项费用在根据实际情况进行具体、周密的计算后，用清晰明了的形式列出。

## 七、活动中应注意的问题及细节：

内外环境的变化，不可避免的会给方案的执行带来一些不确定性因素，因此，当环境变化时是否有应变措施，损失的概率是多少，造成的损失多大，应急措施等也应在策划中加以说明。

## 八、活动负责人及主要参与者：

3、 如有附件可以附于策划书后面，也可单独装订；

4、 策划书需从纸张的长边装订；

5、 一个大策划书，可以有若干子策划书。

附：进行一次大学活动的基本步骤： 一、活动若办，策划先行。策划是办活动的脉络，一份好的策划是成功的前提。

二、获得支持。获得领导的认可与支持，是一件非常有必要的事情；获得大型媒体的支持，你的活动就会变得特别好办，而且多半会成功。

四、赞助或其他经费来源：寻找赞助商，与他们进行艰苦地谈判，最后取得双方能认可的协议，这是活动需要。有了经费，一切好办；注意：广告不能太过分，谈判一定掌握尺度，否则商业味道可能让晚会failing□

五、组合资源。有很多的道具、物品需要你尽快找到。就像个rpg游戏，你要懂得怎样获得资源，组合资源。

六、进行宣传。调足参与者的胃口，是广告、海报或其他媒体的职责。

七、现场必须有一个指挥中心，负责及时调度；

八、进行过程中，要有至少一种让所有工作人员沟通的方式。比如手机短信，纸条或手势。

九、特别提醒，那些领掌的，托儿，制造气氛的人员要特别安排好。想办好活动这是必须。

十、认真把参与活动的高层人物送走，不要失去任何礼节，记得向那些辛勤劳动却默默无闻的人员致敬！你的荣耀，他们才是真正的缔造者。当然，也欣赏自己的成功吧 这是通用市场营销策划书撰写大纲，不知道对你有帮助！

活动策划是广告活动中很重要的一个部分，良好的活动策划对公司品牌建设和产品销售都将起到推波助澜的作用，而一个可操作性强的策划就需要一份可执行性很强的策划书，所以策划书的写作是很重要的，本文通过策划书的几个注意点，浅析了活动策划的相关内容。 活动策划方案是公司或企业在短期内提高销售额，提高市场占有率的有效行为，如果是一份创意突出，而且具有良好的可执行性和可操作性的活动策划案，无论对于企业的知名度，还是对于品牌的美誉度，都将起到积极的提高作用。

活动策划案是相对于市场策划案而言的，严格地说它是从属与市场策划案的，他们是互相联系，相辅相成的。它们都从属与企业的整体市场营销思想和模式，只有在此前提下做出的市场策划案和活动策划案才是具有整体性和延续性的广告行为，也只有这样，才能够使受众群体一个同意的品牌文化

内涵，而活动策划案也只有遵从整体市场策划案的思路，才能够使企业保持稳定的市场销售额。活动策划案形式多样，一般而言，包括roadshow□产品说明会（发布会）、节日促销、新闻事件行销等，而对于上述的任何一种方案，针对于不同的企业情况和市场分析，都可以衍变出无数的形式。活动策划往往对于新产品上市、产品终端铺货和产品转型具有直接的效果，所以它也是广告策划中的一个重要组成部分。

### 1. 主题要单一，继承总的营销思想

短地提取当前最重要的，也是当前最值得推广的一个主题，而且也只能是一个主题。在一次活动中，不能做所有的事情，只有把一个最重要的信息传达给目标消费群体，正所谓“有所为，有所不为”，这样才能把最想传达的信息最充分地传达给目标消费群体，才能引起受众群关注，并且比较容易地记住你所要表达的信息。

### 2. 直接地说明利益点

在确定了唯一的主题之后，受众消费群体也能够接受我们所要传达的信息，但是仍然有很多人虽然记住了广告，但是没有形成购买冲动，为什么呢？那是因为他们没有看到对他们有直接关系的利益点，因此，在活动策划中很重要的一点是直接地说明利益点，如果是优惠促销，就应该直接告诉消费者你的优惠额数量，而如果是产品说明，就应该贩卖最引人注目的卖点，只有这样，才能使目标消费者在接触了直接的利益信息之后引起购买冲动，从而形成购买。

### 3. 活动要围绕主题进行并尽量精简

很多策划文案在策划活动的时候往往希望执行很多的活动，认为只有丰富多彩的活动才能够引起消费者的注意，其实不然，其一，容易造成主次不分。很多市场活动搞得很活跃，也有很多人参加，似乎反响非常热烈，但是在围观或者参加



的人当中，有多少人是企业的目标消费群体，而且即使是目标消费群体，他们在参加完活动之后是否纷纷购买产品？目前一些策划者经常抱怨的一个问题就是围观者的参与道德问题，很多人经常是看完了热闹就走，或者是拿了公司发放的礼品就走了。其实这里的问题就在于活动的'内容和主题不符合，所以很难达到预期效果，在目前的市场策划活动中，有一些活动既热闹，同时又能达到良好的效果，就是因为活动都是仅仅围绕主题进行的。其二，提高活动成本，执行不力。在一次策划中，如果加入了太多活动，不仅要投入更多的人力物力和财力，直接导致活动成本的增加，而且还有一个问题就是容易导致操作人员执行不力，最终导致案子的失败。

#### 4. 具有良好的可执行性

一个合适的产品，一则良好的创意策划，再加上一支良好的执行队伍，才是成功的市场活动。而执行是否能成功，最直接和最根本地放映了策划案的可操作性。策划要做到具有良好的执行性，除了需要进行周密的思考外，详细的活动安排也是必不可少的。活动的时间和方式必须考虑执行地点和执行人员的情况进行仔细分析，在具体安排上应该尽量周全，另外，还应该考虑外部环境{如天气、民俗}的影响。

#### 5. 变换写作风格

一般来说，策划人员在策划案的写作过程中往往会积累自己的一套经验，当然这种经验也表现在策划书的写作形式上，所以每个人的策划书可能都会有自己的模式。但是往往是这样的模式会限制了策划者的思维，没有一种变化的观点是不可能把握市场的。而在策划书的内容上也同样应该变换写作风格，因为如果同一个客户三番五次地看到你的策划都是同样的壳子，就很容易在心理上产生一种不信任的态度，而这种首因效应有可能影响了创意的表现。

#### 6. 切忌主观言论

才能使企业更快更好地继续发展下去。

## 1. 执行概要和要领

商标/定价/重要促销手段/目标市场等。

## 2. 目前营销状况

(1) 市场状况：目前产品市场/规模/广告宣传/市场价格/利润空间等。

(2) 产品状况：目前市场上的品种/特点/价格/包装等。

(3) 竞争状况：目前市场上的主要竞争对手与基本情况。

(4) 分销状况：销售渠道等。

(5) 宏观环境状况：消费群体与需求状况。

## 3. swot问题分析

优势：销售、经济、技术、管理、政策等方面的优势力。

劣势：销售、经济、技术、管理、政策（如行业管制等政策限制）等方面的劣势力。 机率：市场机率与把握情况。

威胁：市场竞争上的最大威胁力与风险因素。

综上所述：如何扬长避短，发挥自己的优势力，规避劣势与风险。

## 4. 目标

财务目标：

公司未来3年或5年的销售收入预测（融资成功情况下）：

（单位：万元）营销目标：销售成本毛利率达到多少。

## 5. 营销战略

目标市场：-

定位：-

产品线：-

定价：产品销售成本的构成及销售价格制订的依据等。

分销：分销渠道（包括代理渠道等）。

销售队伍：组建与激励机制等情况。

服务：售后客户服务。

广告：宣传广告形式。

促销：促销方式。

r&d□产品完善与新产品开发举措。

市场调研：主要市场调研手段与举措。

## 6. 行动方案

营销活动（时间）安排。

7. 预计的损益表及其他重要财务规划表：-

8. 风险控制：风险来源与控制方法。

# 天津工程职业技术学院石化系外联部策划书

客户方：

承办方：天津工程职业技术学院石化系外联部

活动时间： 据调查，大学生当中有70%以上喜欢各种棋牌游戏。

1、商家以现金200元以上或奖品形式赞助，本协会可在每周六、日活动十为其提供宣传服务，时限为一学期。同时，在本次比赛期间，我们在校园内为其拉横幅、贴报进行宣传。

2、商家以现金500元以上或奖品形式赞助，可取得本次比赛的冠名权，即xx杯棋类大赛。

并可向学院申请进入校园内摆设该商家产品的展销点。

3、本协会可为提供的宣传服务丰富多样，如：在校园内拉广告横幅、贴海报、发传单、展销、设咨询服务点等。大学生生活丰富多采，大学生是一个特殊的群体，市场潜力很大。本协会不仅可以为您的商业树立形象，扩大影响，而且也是您的商品直接打入我们万人学生市场的绝好机会，您的赢利，和我们比赛的成功，是本协会的最大心愿！

## 策划书的写法格式

### 一、策划书名称

尽可能具体的写出策划名称，如“×年×月××大学××活动策划书”，置于页面中央，当然可以写出正标题后将此作为副标题写在下面。

### 二、 活动背景：

这部分内容应根据策划书的特点在以下项目中选取内容重点阐述；具体项目有：基本情况简介、主要执行对象、近期状况、组织部门、活动开展原因、社会影响、以及相关目的动机。其次应说明问题的环境特征，主要考虑环境的内在优势、弱点、机会及威胁等因素，对其作好全面的分析(s 博 威 范文网:)做到具有良好的执行性，除了需要进行周密的思考外，详细的活动安排也是必不可少的。活动的时间和方式必须考虑执行地点和执行人员的情况进行仔细分析，在具体安排上应该尽量周全，另外，还应该考虑外部环境{如天气、民俗}的影响。

## 5. 变换写作风格

一般来说，策划人员在策划案的写作过程中往往会积累自己的一套经验，当然这种经验也表现在策划书的写作形式上，所以每个人的策划书可能都会有自己的模式。但是往往是这样的模式会限制了策划者的思维，没有一种变化的观点是不可能把握市场的。而在策划书的内容上也同样应该变换写作风格，因为如果同一个客户三番五次地看到你的策划都是同样的壳子，就很容易在心理上产生一种不信任的态度，而这种首因效应有可能影响了创意的表现。

## 6. 切忌主观言论

划案没有付诸实施，任何结果都可能出现，策划者的主观臆断将直接导致执行者对事件和形式的产生模糊的分析，而且，客户如果看到策划书上的主观字眼，会觉得整个策划案都没有经过实在的市场分析，只是主观臆断的结果。

最后，一次促销不可能达到巨大的效果，也不能因此就建立起名牌，所以千万别想通过一次活动解决所有的问题，一次活动只能主要解决一个问题，在品牌的建设和商品的销售上，只有坚持正确的营销思想，并且在此思想下在适当的时间和适当的地点进行适当的促销活动，才能使企业更快更好地继

续发展下去。

## 1. 执行概要和要领

商标/定价/重要促销手段/目标市场等。

## 2. 目前营销状况

(1) 市场状况：目前产品市场/规模/广告宣传/市场价格/利润空间等。

(2) 产品状况：目前市场上的品种/特点/价格/包装等。

(3) 竞争状况：目前市场上的主要竞争对手与基本情况。

(4) 分销状况：销售渠道等。

(5) 宏观环境状况：消费群体与需求状况。

## 3. swot问题分析

优势：销售、经济、技术、管理、政策等方面的优势力。

劣势：销售、经济、技术、管理、政策（如行业管制等政策限制）等方面的劣势力。

机率：市场机率与把握情况。

威胁：市场竞争上的最大威胁力与风险因素。

综上所述：如何扬长避短，发挥自己的优势力，规避劣势与风险。

## 4. 目标

财务目标：

公司未来3年或5年的销售收入预测（融资成功情况下）：

（单位：万元）

## 书写形式演讲稿篇五

1. 顶格写称谓语(如：亲爱的老师)
2. 下一行空两格写问候(如：大家好)
3. 正文
4. 结尾(如：谢谢大家)

### 1、内容上的现实性

演讲稿是为了说明一定的观点和态度的。这个观点和态度一定要与现实生活紧密相关。它讨论的应该是现实生活中存在的并为人们所关心的问题。它的观点要来自身边的生活或学习，材料也是如此。它得是真实可信，是为了解决身边的问题而提出和讨论的。

### 2、情感上的'说服性

演讲的目的和作用就在于打动听众，使听者对讲话者的观点或态度产生认可或同情。演讲稿作为这种具有特定目的的讲话稿，一定要具有说服力和感染力。很多著名的政治家都是很好的演讲者，他们往往借助于自己出色的演讲，为自己的政治斗争铺路。

### 3、特定情景性

演讲稿是为演讲服务的，不同的演讲有不同的目的、情绪，有不同的场合和不同的听众，这些构成演讲的情景，演讲稿的写作要与这些特定情景相适应。

#### 4、口语化

演讲稿的最终目的是用于讲话，所以，它是有声语言，是书面化的口语。因此，演讲稿要“上口”、“入耳”，它一方面是把口头语言变为书面语言，即化声音为文字，起到规范文字、有助演讲的作用；另一方面，演讲稿要把较为正规严肃的书面语言转化为易听易明的口语，以便演讲。同时，演讲稿的语言应适应演讲人的讲话习惯，同演讲者的自然讲话节奏一致。

演讲稿对于演讲都有哪些作用呢？主要体现在以下几方面：

- (1) 整理演讲者的思路、提示演讲的内容、限定演讲的速度；
- (2) 引导听众，使听众能更好地理解演讲的内容；
- (3) 通过对语言的推究提高语言的表现力，增强语言的感染力。

1.方案书写格式

2.演讲稿书写写作格式

3.竞聘演讲稿书写格式范文

4.党课心得书写格式

5.合同书写格式

6.活动方案书写格式



7.方案的书写格式

8.证明书写格式