# 关于公司商务谈判策划书,商务谈判策划书范文通用

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2025-03-17

*关于公司商务谈判策划书,商务谈判策划书范文通用一关键词：基本原则、黄金规则、重要性引言：随着中国经济的不断发展，中国与世界的关系越来越密切，交往也更趋频繁。国内企业界与商家面临着大量涌入的跨国公司的激烈竞争。走出国门，让世界人民更多地了解本...*

**关于公司商务谈判策划书,商务谈判策划书范文通用一**

关键词：基本原则、黄金规则、重要性

引言：

随着中国经济的不断发展，中国与世界的关系越来越密切，交往也更趋频繁。国内企业界与商家面临着大量涌入的跨国公司的激烈竞争。走出国门，让世界人民更多地了解本企业形象，让本企业的品牌立于不败之地，是全企业界与商家的愿望。而要同世界打交道，必须具备跨文化交际能力。也就是要在这过程中适当地运用商务礼仪。礼出于俗，俗化为礼。在商务交往中做到“约束自己，尊重他人”才能使人们更轻松愉快地交往。“为他人着想”不仅是商务交往、也是人与人之间正常交往的基本原则。所以说学习并正确的运用商务礼仪既是一个人内在修养和素质的外在表现，又是人际交往中适用的一种艺术，一种交际方式或交际方法，是人际交往中约定俗成的示人以尊重、友好的习惯做法。在人际交往中进行相互沟通就一定要掌握商务礼仪的技巧。从个人的角度来看，掌握一定的商务礼仪有助于提高人们的自身修养、美化自身、美化生活。并能很有效的促进的社会交往，改善人际关系，还有助于净化社会风气。从企业的角度来说，掌握一定的商务礼仪不仅可以塑造企业形象，提高顾客满意度和美誉度，并能最终达到提升企业的经济效益和社会效益的目的。

一、商务礼仪的基本原则

1.“尊敬”原则

尊敬是礼仪的情感基础。在我们的社会中，人与人是平等的，尊重长辈，关心客户，这不但不是自我卑下的行为，反而是一种仪，说明一个人具有良好的个人内的素质。“敬人者恒敬之，爱人者恒爱之”，“人敬我一尺，我敬人一丈”。“礼”的良性循环就是借助这样的机制而得以生生不已。当然，礼貌待人也是一种自重，不应以伪善取悦于人，更不可以富贵娇人。尊敬人还要做到入乡随俗，尊重他人的喜好与禁忌。总之，对人尊敬和友善，这是处理人际关系的一项重要

原则。

2.“真诚”原则

商务人员的礼仪主要是为了树立良好的个人和组织形象，所以礼仪对于商务活动的目的来说，不仅仅在于其形式和手段上的意义。同时商务活动的从事并非短期行为，从事商务，讲究礼仪，越来越注重其长远利益，只有恪守真诚原则，着眼与将来，通过长期潜移默化的影响，才能获得最终的利益。也就是说商务人员与企业要爱惜其形象与声誉，就不应仅追求礼仪外在形式的完美，更应将其视为商务人员情感的真诚流露与表现。

3.“谦和”原则

谦和既是一种美德，更是社交成功的重要条件。谦和，在社交场上即表现为平易近人、热情大方、善于与人相处、乐于听取他人的意见，显示出虚怀若谷的胸襟，因为对周围的人具有很强的吸引力，有着较强的调整人际关系的能力。我们此处强调的谦和并不是指过分的谦和、无原则的妥协和退让，更不是妄自菲薄。应当认识到过分的谦虚其实是社交的障碍，尤其是在和西方人的商务交往中，不自信的表现会让对方怀疑你的能力。

4.“宽容”原则

宽即宽待，容即相容，宽容，就是心胸坦荡、豁达大度，能设身处地为他人着想，谅解他人的过失，不计较个人的得失，有很强的容纳意识和自控能力。中国传统文化历来重视并提倡宽容的道德原则，并把宽以待人视为一种为人处世的基本美德。从事商务活动，也要求宽以待人，在人际纷争问题上保持豁达大度的品格或态度。在商务活动中，出于各自的立场和利益，难免出现冲突和误解。遵循宽容的原则，凡事想开一点，眼光看远一点，善解人意、体谅别人，才能正确对待和处理好各种关系与纷争，争取到更长远的利益。

5.“适度”原则

人际交往中要注意各种不同情况下的社交距离，也就是要善于把握住沟通时的感情尺度。古话说：“君子之交淡如水，小人之交甘如醴。”此话不无道理。在人际交往中，沟通和理解是建立良好的人际关系的重要条件，但如果不善于把握沟通时的感情尺度，即人际交往缺乏适度的距离，结果会适得其反。例如在一般交往中，既要彬彬有理，又不能低三下四;即要热情大方，又不能轻浮谄谀。

所谓适度，就是要注意感情适度、谈吐适度、举止适度。只有这样才能真正赢得对方的尊重，达到沟通的目的。

6.“自律”原则

从总体上来看，商务礼仪的具体规范由对待自身的要求与对待他人的做法这两大部分所构成。对待个人的要求，是商务礼仪的基础和出发点。学习，应用商务礼仪时，首先需要自我要求、自我约束、自我对照、自我反省、自我检点，这就是所谓自律的原则。

7.“互动”原则

在商务交往中如欲取得成功，就必须无条件地遵守互动的原则。所谓互动，在此具体含义有二：一是要求商务人员在其商务往来中必须主动进行换位思考、善解人意。换位思想的基本点，就是要求商务人员必须伤愈体谅交往对象的感受。二是要求商务人员在其商务活动中要时时、处处做到“交往以对方为中心”。也就是说，不允许无条件的“自我为中心”。具体运用商务礼仪时，互动的原则永远都不容许被忽略。

8.“沟通”原则

在商务交往中，人们通常有接触才会了解，有了解才会有沟通，有沟通才会互动。因此，可将沟通视为商务交往中人与人之间的互动之桥。在商务礼仪中，沟通的原则要求商务人员在其商务交往中，既要了解交往对象，更要为交往对象所了解。礼仪的主旨在于“尊重”，而欲尊重他人，就必须首先了解人，并令自己为对方所了解。这样，才能实现有效的沟通。

9.“遵守”的原则

在商务交往中，每一位参与者都必须自觉、自愿地遵守商务礼仪，以商务礼仪去规范自己在交际活动中的一言一行，一举一动。对商务礼仪，不仅需要学习、了解，更重要的是学了就要使用，要将其付诸个人社交实践。在商务活动中，任何人，无论身份高低，职位大小，财富多少，都有自觉遵守、应用商务礼仪的义务，否则，就会收到公众的指责，其商务交往就难以成功，这就是遵守的原则。没有这一条，就谈不上商务礼仪的应用、推广。

10.“平等”的原则

在具体运用商务礼仪时，允许因人而异，根据不同的交往对象，采取不同的

具体方法。但是，与此同时必须强调指出：在商务礼仪的核心点，即尊重交往对象、以礼相待这一点上，对任何交往对象都必须一视同仁，给予同等程度的礼遇。不允许因交往对象彼此之间在年龄、性别、种族、文化、职业、身份、地位、财富以及与自己关系亲疏远近等方面有所不同，而厚此薄彼，区别对待，给予不通待遇。这便是商务礼仪中平等原则的基本要求。

二、从事商务活动的黄金规则

1.正直

指通过言行表现出诚实、可靠、值得信赖的品质。当个人或公司被迫或受到诱惑，想要做到不够诚实的事实，这就是对正直的考验的时候。良好的商务举止的一条黄金规则就是：你的正直应是勿庸置疑的——不正直是多少谎言也掩饰不了的。

2.礼貌

指人的举止模式。当与他人进行商务交往时，风度都可以向对方表明自己是否可靠，行事是否正确、公正。粗鲁、自私、散漫是不可能让双方的交往继续发展的。

3.个性

是指在商务活动中表现出来的独到之处。例如，你可以对商务活动充满激情，但不能感情用事;你可以不恭敬，但不能不忠诚;你可以逗人发笑，但不能轻率轻浮;你可以才华横溢，但不能惹人厌烦

4.仪表

所有人都会哪怕是下意识地对交往者以貌取人，要做到衣着整洁得体，举止落落大方，这些都是给商务伙伴保留好印象的至关重要的因素。

5.善解人意

这是良好的商务风度中最基本的一条原则。成功的谈判者往往在会面前扮演一下对手的角色。人们如果事先就想象好即将与之交谈、写信或打电话联系的对方可能有的反应，就能更谨慎、更敏锐地与对方打交道。

6.机智

商场中每个人都极有可能对某些挑衅立即做出反应，或者利用某些显而易见的优势;如果我们一时冲动，则会悔之不已。不过本条黄金规则更深的内涵是：

有疑虑时，保持沉默

三、商务礼仪的重要性

1.塑造个人与企业良好形象

商务礼仪能展示企业的文明程度、管理风格和道德水准，塑造企业形象。良好的企业形象是企业的无形资产，无疑可以为企业带来直接的经济效益。一个人讲究礼仪，就会在众人面前树立良好的个人形象;一个组织的成员讲究礼仪，就会为自己的组织树立良好的形象，赢得公众的赞誉。现代市场竞争除了产品竞争外，更体现在形象竞争。一个良好信誉和形象的公司或企业，就容易获得社会各方的信任和支持，就可在激烈的市场竞争中处于不败之地。所以，商务人员时刻注重礼仪，既是个人和组织良好素质的体现，也是树立和巩固良好形象的需要。

2.传递信息、展示价值

礼仪最基本的功能就是规范各种行为。商务礼仪可强化企业的道德要求，树立企业遵纪守法，遵守社会公德的良好形象。我们知道，道德是精神的东西，只能通过人的言行举止，通过人们处理各种关系所遵循的原则与态度表现出来。商务礼仪使企业的规章制度、规范和道德具体化为一些固定的行为模式，从而对这些规范起到强化作用。企业的各项规章制度既体现了企业的道德观和管理风格，也体现了礼仪的要求，员工在企业制度范围内调整自己的行为，实际上就在固定的商务礼仪中自觉维护和塑造着企业的良好形象。

3.沟通感情、协调人际

良好的礼仪可以更好地向对方展示自己的长处和优势，她往往决定了机会是否降临。比如，在公司，你的服饰适当与否可能就会影响到你的晋升和同时的关系;带客户出去吃饭时你的举止得体与否也许就决定了交易的成功与否;又或者，在办公室不雅的言行或许就使你失去了一次参加老板家庭宴请的机会.....这是因为礼仪是一种信息，通过这个媒介表达出尊敬、友善、真诚的感情。所以在商务活动中，恰当的礼仪可以获得对方的好感、信任，进而推动事业的发展

4.净化社会风气，推进社会主义精神文明的建设

一般而言，人们的教养反应其素质，而素质又体现于细节，细节往往决定着人们的成败。反映现代 个人教养的商务礼仪，是人类文明的标志之一。一个人、一个单位、一个国家的商务礼仪水准如何，往往反映着这个人、这个单位、这个

国家的文明水平、整体素质与整体教养。

结论:

从古至今，我国的礼仪规范就是中华特有文明的象征，是中华民族美德的体现。礼仪，作为一种传统美德，具有历史的传承性，具有不衰的生命力。商务礼仪在中国也是日益重要。在跨国经营的过程中，谁能入乡随俗或者说尊重对方的礼仪，谁就能生存得更好。中国经济发展迅速，奇特数量成倍增长，第三产业蓬勃兴旺，商务活动日益频繁，人们在商务活动中也需要学习，遵守一些现代商务礼仪规范，熟悉中国商务礼仪，了解世界其他国家的礼仪和禁忌。而作为商人，在与国外商务伙伴初次接触前应尽可能多地了解对方文化中的商务礼仪，及时调整自己的礼仪行为，创造一个轻松愉快的商务环境。

**关于公司商务谈判策划书,商务谈判策划书范文通用二**

尊敬的经销商伙伴：

您好!

即将过去的20\_\_年，是我们走过的最不平凡的一年，面对市场新常态，我们一起努力一起拼搏，共同迎接挑战，突破市场困境，创造出“金刚釉ⅱ代”引领行业的传奇，这充分体现出加西亚人百折不挠、勇往直前的精神。

“宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来”，逆境给我们宝贵的磨炼机会，只有经得起环境考验的人，才能成为真正的\'强者。

市场在变，我们也需要改变，是强者就要跟上时代的步伐，不断超越自己。20\_\_年我们如何改变?如何创造新的盈利增长点?值年会盛典之际，我们衷心期待与您一起聆听行业大师的智慧，探索品牌发展新思路，体验智能营销新时代，见证明星促销模式新突破，鉴赏引领行业的新产品。我们诚邀您出席，共同开启加西亚品牌飞跃发展的新时代。

报到时间：20\_\_年12月17日

会议地点：广东省佛山市顺德华美达广场酒店

会议时间：20\_\_年12月18-19日

真诚希望您能接受我们的邀请，烦请您于12月13日前通知我们您的行程安排，以便我们安排相关事宜，谢谢。

佛山市加西亚瓷砖有限公司

诚邀

**关于公司商务谈判策划书,商务谈判策划书范文通用三**

尊敬的\_\_\_\_

您好

20\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日，第十三届中国国际电子商务研讨会将盛大召开!中国电子商务行业的风云人物、贡献卓著的弄潮精英，将在中国北京又一次聚首，群贤毕至，同觞共咏。作为中国电子商务行业一年一度的盛会，此次大会将延续往届大会的盛况和成果，盘点过去、梳理现在、共话未来。中国电子商务行业的优秀企业和贡献突出个人将在大会中得到表彰和嘉奖，同时，中国电子商务服务产业联盟和中国电子商务协会数字服务中心将在大会上成立，为中国乃至全球电子商务企业的同步发展搭建良好的支持平台。届时，海内外媒体亦将聚集北京，共同见证大会盛况。

大会时间：20\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日(周一) 上午9点

联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_

传真号码：\_\_\_\_\_\_\_\_

e-mail: \_\_\_\_@\_\_\_\_

大会地址：\_\_\_\_大会堂

大会官方网址：

指导单位：\_\_\_\_

主办单位：\_\_\_\_协会

承办单位：\_\_\_\_公司

支持单位：\_\_\_\_经济联合会

**关于公司商务谈判策划书,商务谈判策划书范文通用四**

（男）尊敬的各位领导、

（女）亲爱的各位来宾、

（男）各位朋友

（合）大家晚上好！

（男）爆竹声声春讯早，桃符处处岁时新；

（女）春风舞动门前柳，喜雨催开苑里花；

（男）在这辞旧岁，迎新春的美好时刻，我们迎来了公司20xx年联欢晚会。

（女）今晚我们——公司的全体同仁在这里欢聚一堂，喜庆昨日的辉煌业绩，展望公司的美好未来！

（男）回首往昔，羊年对于我们每一个人来说都难以忘怀，她给予了我们希望、收获，更重要的是给予了我们成长的经历。

（女）展望未来，一年胜似一年景，迎来美好明天。我们坚信：在中国经济持续高速发展的带动下，公司的事业一定能蒸蒸日上，她的明天将更加美好。

（男）炮竹声声辞旧岁

（女）和风送暖迎新春

（男）愿新年的炮声带给我们吉祥如意

（女）愿新年的祝福声带给我们幸福平安

（男）我是主持人xx

（女）我是主持人xx

（男）出席我们今天晚会的是公司的全体同仁，同时非常荣幸，我们也邀请了客户和厂商的嘉宾：他们是：xx，xx

（女）xx先生，xx先生，

（男）xx公司的发展和成功，是和你们的大力支持和帮助分不开的，让我们以热烈的掌声对他们的到来表示隆重的欢迎和衷心的.感谢。

（男）下面有请公司总经理x先生上台，x先生在20xx年，可谓是叁喜临门，新婚嬿尔，喜得贵子，公司业绩蒸蒸日上可喜可贺。让我们以热烈的掌声送给他真挚的祝福（掌声），有请x先生为我们致新年贺词。

（女）接下来有请公司领导x总和各部门领导上台为我们祝酒，有请各领导（准备酒杯等开始祝酒，主持人致祝酒词，台下一起举杯）

（男）这杯酒有叁个祝愿：一是祝公司事业兴旺发达，财源广进；

（女）第二个愿望是祝我们远方的父母和亲人身体健康。万事如意；

（男）第叁个愿望是祝我们每一位朋友年来年行好运，心想事成。步步高升。朋友们，一起干杯。

（干杯完后，领导回到席上）

介绍晚会安排

（男）今晚的晚会分两部分进行，第一部分是吃团年饭；第二部分是文娱表演和抽奖活动，文娱表演和抽奖会在12楼的卡拉ok音乐大厅进行。同时，提醒各位同事，在进入歌舞晚会现场时，记得将您手中的奖卷副卷投入抽奖箱，这样您才有机会中大奖，祝各位同事们好运。

（女）接下来的时间请各位尽情享用美酒佳肴。谢谢！

**关于公司商务谈判策划书,商务谈判策划书范文通用五**

鉴于：

1、(以下简称“甲方”)是在中华人民共和国合法成立、专事于地产项目投资业务公司;

2、(以下简称“乙方”)是在中华人民共和国合法成立、专事于地产项目投资咨询业务的咨询公司;

3、甲方已获批准开发商业项目权利;

4、甲、乙双方此前已进行一定程度的沟通和了解，业已达成合作的共同基础和契合点;

5、甲方欲将商业项目予以整体转让，独家委托乙方提供特定的项目咨询服务服务;基于此，甲、乙双方经平等、协商一致，达成如下协议，共同遵照执行：

一、服务内容

乙方同意向第三方介绍推荐商业项目信息并促成该项目转让成功签约的服务。

二、乙方义务

1、乙方应充分发挥自身的专业和资源优势，积极认真地把甲方商业项目推介给有实力的第三方公司，并及时跟踪洽谈。

2、乙方协助甲方做好该商业项目的前期介绍及沟通工作，协调有关矛盾，促成甲方与第三方签订转让合同，确保本项目的顺利转让。3、为本商业项目转让后的实施所需要的其他咨询服务工作。

三、咨询服务费支付

1、咨询费服务费的计算基数分为两部分：

(1)按甲方与第三方在商业项目转让协议中有关甲方应得部分的土地溢价回报(即：权威评估部门作出的每亩土地评估价减去商业项目协议土地价)的百分之作为该商业项目部分的咨询服务费;

(2)按甲方在该商业项目中所拥有干股的百分之作为该商业项目部分的咨询服务费。

乙方同意在双方签署合同后即开始启动该商业项目咨询服务工作。

2、甲方同意应于签约成功后，第三方公司支付甲方应得回报的同时，向乙方支付约定的咨询服务费。双方同意以人民币形式付款。

3、乙方同意开具相应发票并自行承担相应税金。

4、乙方将自行承担项目实施范围内合理的差旅费用。

四、甲方承诺

甲方无条件且不可撤销作出承诺：一旦第三方公司与甲方签订商业地产项目转让合同、甲方获得土地溢价回报后，甲方即应向乙方支付服务费的义务。

五、诚信条款

1、若甲方与第三方公司未能达成商业地产项目转让协议，在未征得乙方的书面同意情况下，甲方不应再与第三方公司进行协商并签订相应协议，否则乙方有权请求甲方按本合同第三条支付服务费。

2、若甲方以关联企业或其成立的子公司及一切转投资公司的名义与

第三方公司签订本合同项目标的物的转让合同，乙方有权请求甲方按本合同第三条支付服务费。

六、合同解除

情况一：违约

双方同意任一方不得随意终止该合同，除非任一方有下列实质性的违约事件发生。违约方应向另一方支付本合同总金额的30%作为违约金。

1)甲方未按约定及时支付服务费,并经乙方书面催讨后仍不支付的;

2)乙方未按约定标准提供服务，并在甲方书面提出后仍无法进行合理性补救的。

情况二：房地产项目转让失败

若甲方未能与第三方公司签订商业地产项目转让合同，双方同意解除本合同。甲方应于确认该项目转让失败的正式宣布之日起的5日内书面通知乙方。

七、保密条款

为本合同之目的，“保密信息”包括：

1、甲方为本合同而向乙方提供的一切涉及甲方商业秘密的材料;

2、本商业项目材料及其本项目的基本概况、转让价格;

3、一方在另一方接触之前特别指定为保密的口头和书面信息;

6、接受方按理应当视为保密的口头和书面信息，而不论该等信息是否被指定为保密的。

7、未经甲方许可乙方无权单方面对媒体公开合作内容。

合同双方将尽其合理的努力，促使其各自的代理人和代表尽量减少对另一方保密信息的散发和复制，并防止作出未经授权的透露。合同双方同意，只有有必要知悉另一方保密信息的该方代理人和代表才会得到该等保密信息。未经另一方事先书面同意，任何一方不得将另一方的保密信息透露给第三方。

保密信息不包括下述任何信息：

(1)并非由于接受方的过错而属于或者成为公众普遍可得的或知悉的信息;

(2)在另一方透露之前已为接受方知悉或可得的信息;

(3)对透露信息的一方未承担任何保密义务的第三方后来向接受方透露的信息;

(3)法律要求作为司法程序、政府调查、法定程序或其他类似程序的一部分而透露的信息

(4)在不违反与信息透露方的任何保密合同或者对其承担的其他义务的情况下，接受方已经或在此后独立获得或开发的信息。

(5)如果作为司法程序、政府调查、法定程序或其他类似程序的一部分而要求某一方透露另一方的保密信息，则该方将把此项要求事先书面通知另一方。该方将作出合理的努力，提前足够的时间发出该通知，从而使另一方能够寻求适当的保密合同、保护令或对任何透露的更改，而披露方将在此方面予以合作。

八、通知

本合同项下要求的任何通知，按照甲、乙双方地址以特快专递邮寄，即视为履行通知义务：

九、其他规定

1、本合同中所用的标题仅为方便而设，而不影响对本合同的解释。

2、本合同仅为甲方和乙方的利益而签订，在任何情况下，均不因本合同而创设任何第三方权益或义务。

3、本合同的任何规定均不得被视为或解释为为任何目的而在双方之间建立合营或合伙关系。

4、双方明示谅解和同意，本合同关于保密、违约责任等规定，均在本合同终止后继续有效。

5、如果本合同的任何条款或其任何部分被宣告无效，则其余条款仍然充分有效。

7、本合同的签订、履行以及争议之解决均适用中华人民共和国法律。8、本协议书履行过程中，如果甲、乙双方发生争议，应通过友好协商方式予以解决。协商不成的，任一方均可向上海市闵行区人民法院提起诉讼。

9、本合同以中文签署一式二份，双方各执一份，具同等效力。未尽事宜，双方协商签订补充协议，补充协议是本合同不可分割部分，与本合同具同等法律效力。

双方于下列日期签署本合同，以资证明，共同遵守。

甲方(签章)：乙方(签章)：

法定地址：法定地址：

**关于公司商务谈判策划书,商务谈判策划书范文通用六**

引言： “人生一世，必须交际。进行交际，需要规则。所谓礼仪，即人际交往的基本规则，是人际交往的行为秩序。”

在古中国，就有对礼仪的规范。礼仪：礼者，敬人也，是做人的要求，是尊重对方;仪，是形式，是要把礼表现出来的形式，两者相辅相成，在国际活动接待中缺一不可。礼仪三要素包括：礼仪是交往艺术，交往强调互动，互动看结果;礼仪是沟通技，巧沟通强调理解;礼仪是行为规范，规范就是标准。对中国人来讲礼仪是一种自我修炼，是律己行为，管住自己，独善其身;而国际礼仪讲的是交往艺术，是待人接物之道。礼仪要求人和人打交道保持适当距离，距离产生美感，适当的距离是对对方的尊重。国际交往中，拉开距离如果适当，有助于交往的顺畅;换言之，不要随便套近乎。人际交往要使用称呼，国际惯例是使用尊称，而尊称的一个基本技巧是“就高不就低”。

在现代社会，礼仪不仅仅是关系到我们的个人形象，更是一门非常有用的学问，也是一门高深的文化。说它有用，是因为通过合理的着装以及礼仪，来促进贸易谈判;说它高深，同样是交谈，为什么有人能谈的很和谐，而有的人却把人惹的大发雷霆，生意告吹。

经过一学期的商务礼仪实训，受益匪浅，才知道一个人的言行举止在商业活动中是如此的重要，才知道一个人的言行举止中蕴含了如此多的东西，也才知道礼仪一词所涵盖的文化跟修养!

我们首先学习了礼仪的概念，以及礼仪所涉及的各个方面，课堂中还不时有同学的演习，老师的示范，听来也容易接受，更可以根据所学习的礼仪知识来衡量自己!因为一个人的底蕴跟内涵并不是很容易就可以被别人发现的，所以我们需要礼仪，这扇展示自己的窗户，中国是一个礼仪之邦，在一个随时都在推销自己的商业化年代，我们更需要标准专业的礼仪!

有礼走遍天下，无礼寸步难行。对于我们学习人力资源管理专业的学生而言，礼仪是工作中必不可少的一门学问，或者说是一门技能。人力资源管理就是要跟消费者跟客户打交道，要想别人接受你，就必须要让消费者跟客户接受你这个人，这样才会对你的公司跟产品产生最初的好印象!然而礼仪就是人与人沟通中所必须的诚意，尊重!如果一个人连最基本的礼仪都没有，又有谁能够接受得了他，更别提跟这种粗鲁的人合作做生意了!

对于商务礼仪的训练，我觉得并不是整夜睡木板，整天靠墙站就可以了的!一个人的礼仪品行首先是由内而生的，如果一味的重视给人的感觉但是确实没有内涵与内在的修养又何尝不是在自欺欺人人，而且还欺人欺得那么的辛苦!所以修身当从修心而起，一个真正有内涵有修养的人严格要求自己来也必定不是难事!而修心最好的办法就是多读书!(自认没有喝那么多的墨水，此话说来甚是惭愧，话题扯远了，就此打住)。

在我们下课后的期间，本班同学借多媒体教室放了部美国大片——《杀手代号47》，说这个当然不是鼓励大家都去当杀手，只是男主角的走路姿势真的是很标准，不信可以去看看，应该说去学学。那样的姿势绝对符合商务礼仪的标准，而且我觉得电影里的东西更加容易模仿，因为毕竟那也是一种文化!

这是我第一次参加这课程，也不知道商务礼仪总结该怎么写，就随便说了些自己的感受与看法!而且在以后的日子里，我会按照商务礼仪中的准则去要求自己，还有继续我一直在进行的修心!

**关于公司商务谈判策划书,商务谈判策划书范文通用七**

上了一个学期的商务谈判课,让我学到了很多。尤其是秦老师的教学风格，和蔼可亲的性格但见到迟到的同学又会带有一些严厉的神情。老师说：上课最重要看的是态度,态度好细节决定了你的成败。我深深的记住了这句话。

商务谈判这节课既有老师的讲课又有同学们的互动,也适量的布置了课后作业。在课堂上，老师经常和我们分享一些他自己有趣的经历，或者讲一些实际生活中的例子，每次都惹得大家爆笑不止，本来快要去找周公的同学也来了精神，继续听课。乍看上去，秦老师似乎只是随意的讲故事，课堂气氛变得很活跃，大家的注意力也被重新吸引到学习上，目的也就算是达到了;然而细细品味，这些故事里面常常蕴有深意。也许故事本身并没有什么复杂深刻，但是李老师却通过这些故事向大家传递了很多理念。他很善于启发同学们思考，授课不会拘泥于课本，常常针对一个问题展开讨论，拓宽大家的思路;虽然有时候这些额外的知识很有些艰深难懂，但是确实锻炼了我们独立思考的能力。

讲课方式灵活多样，这使得我对和大家一起学习谈判的经历非常着迷。也正因为李老师上课如此精彩，常常在不知不觉之中，下课铃就响了。每一次上课我都充满期待，心里猜测着李老师这次又有什么独到的见解，会向大家传递什么重要的理念，大家又会有什么经典的观点发表，也急着和大家分享自己最新的感悟……

其次，给我印象最深的就是模拟谈判了，这次虽然表现的不是太尽如人意，但还是取得了一些其他满意的成绩。从谈判前的人员分工，收集相应的资料，制定谈判规划，模拟谈判的排练，都锻炼了我们组各个成员的动手能力，沟通技巧，组织能力等，同时也增进了我们同学之间的友至今谈判前的各种准备活动还在我脑中闪现。

还记得在谈判前两周，我们组就开始开会讨论这次谈判的具体事宜，我们都表示这次模拟谈判要进行系统的规划，收集详细的资料，明确各成员的责任分工，要一同编写谈判剧本，我们把从网上收集来的资料经过汇总，我们上上下下修改达十余次， 每次排练过程中我们都积极讨论修改的地方，从实际出发力求使资料真实可信符合事实。虽然这次是模拟谈判，却让我们感受到了谈判的气氛，在排练过程中我们扮演不同的角色，我们代表不同的公司，当我们为了各自公司利益争执不下、不肯相让时，相信我们都进入了角色，这让我们感觉到了真实谈判的感觉 ，锻炼了我们 在谈判中实际能力，如应时刻保持头脑清醒，思维敏捷，不要落入对方的圈套中，这样才能在谈判中保持主动，另外在谈判中也要不断转变思路从而使谈判向自己有利的方面转变 ， 同时在谈判中也要学会缓和气氛，当谈判进入僵局时适当聊几个轻松话题 拉近与对方的关系这也是对谈判取得成功有很大帮助的。

1

08市场营销 龙海桃 0800008125

通过对这次模拟谈判我们也暴露出很多的弱点，在进行准备此次模拟谈判过程中我们发现我们的知识面太窄，对于一些商业的专有名词不是太了解，对于一些商务礼仪也不太懂，还需要学习给方面的知识啊。这次模拟谈判是我们学到了很多书本上没办法学到的东西，比如1、要 以集体利益为重，团体作战，不论什么决定，没有团队的共识与合作，一个人的能力很难完成。首先要取得队友的支持，倾听并考虑其他队友的意见。不要擅自做主。2、在谈判中要采取灵活的谈判方式，软硬兼施，必要时用强硬的态度。3、采用横向谈判方式，一个问题谈不下来，就应想尽一切办法，转移话题，洽谈其他方面的问题，必要时采取停止谈判。4、明白双赢不是双方平均得利，而是各取所需。双赢的条件是：各自有对方需要或必要的东西。

在这门课中学到了很多，但还是有很多的不足，但是这门实践性和实用性极强的学科，在书本上是学不完谈不尽的。最主要的是考虑问题不全面，没有经验是一个原因，但更多的没有体会到谈判人员的处境，思维不够发散，因此需要更多的实践体会，将这些实战性的东西消化于实际;再者，要细心观察生活，很多东西都是生活中我们没有注意到细节，很重要但却很容易忽视;最后，就是深刻体会到今日事，今日毕。学习是循序渐进的过程，重在积累，而不能想一蹴而就。

**关于公司商务谈判策划书,商务谈判策划书范文通用八**

个人基本简历

目前所在地：广州民族：汉族

户口所在地：重庆身材：162 cm kg

婚姻状况：未婚年龄：21

诚信徽章：人才测评：

求职意向及工作经历

人才类型：普通求职

应聘职位：商务/电子商务—经理/主管/专员/助理、文秘/文员、汽车：

工作年限：3职称：无职称

求职类型：全职可到职日期：随时

月薪要求：20xx——3500希望工作地区：广州广州广州

个人工作经历：

公司名称：起止年月：20xx—09～20xx—05德基德克汽车技术有限公司

公司性质：私营企业所属行业：汽车及零配件

担任职务：商务专员

工作描述：20xx年9月—20xx年5月中山市德基德克汽车技术有限公司

工作职责：

一、从事汽车it行业，主要是拓展市场、维护区域市场，完善销售网络体系，与开拓客户；

二、了解市场信息、分析数据，对公司产品和市场运作提出合理化建议；

三、维护公司旗下各地区代理商、经销商的体系，建立良好合作模式。

四、熟悉电子商务、市场拓展、团队建设、销售流程、客户服务等工作。

离职原因：

志愿者经历：

教育背景

毕业院校：广东海洋大学

最高学历：大专毕业日期：20xx—12—01

所学专业一：电子商务所学专业二：

受教育培训经历：起始年月终止年月学校（机构）专业获得证书证书编号20xx—0920xx—09广东省海洋工程职业技术学校商务外语全国英语等级考试一级合格证书20xx—0920xx—12广东省海洋工程职业技术学校商务外语全国计算机信息高新技术考试合格证书20xx—0320xx—12广东海洋大学电子商务

语言能力

外语：英语一般

国语水平：优秀粤语水平：一般

工作能力及其他专长

本人工作认真，踏实负责，忠诚，有责任感和使命感；喜欢挑战新事物，自信乐观，愿意学习，有独立的工作能力；善于和他人合作，有良好的团队意识；善于交际，有良好的沟通协调能力。

详细个人自传

**关于公司商务谈判策划书,商务谈判策划书范文通用九**

合同编号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定住址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_职务：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_委托代理人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_身份证号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_通讯地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_编码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_电挂：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_电子信箱：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 住所地：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 身份证号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 委托代理人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 身份证号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 通讯地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 编码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 手机：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 电子信箱：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_鉴于：

1.甲方是依法注册成立并取得合法从事电影制作资格的法人单位，甲方计划摄制电影《\_\_\_\_\_\_\_\_\_》（下称电影片）；乙方是一位资深的制片，曾在多部影视作品中担任制片人，具有相当丰富的经验；

2.甲方决定聘用乙方担任其计划摄制的电影的制片人，乙方同意接受甲方聘用；鉴于此，双方本着自愿、平等、互惠互利、诚实信用的原则，经充分友好协商，订立如下合同条款，以资共同恪守履行：

第一条 工作岗位甲方聘用乙方担任电影的制片人，负责电影片生产、经营活动过程中的组织、管理工作。

第二条 工作期限乙方应于\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日前到达甲方指定地点，向甲方报到。乙方工作正式开始。乙方工作结束的时间按下列第\_\_\_\_\_\_\_\_\_种方式确定：

1.电影片全部拍摄完毕之日；

2.电影片停机之日；

3.电影片后期制作完成之日

4.\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

第三条 工作内容乙方工作包括：

1.统筹指挥电影片的筹备工作；

2.分镜头剧本及导演的创作意图编制和执行摄制计划和成本核算；

3.委托专人进行电影片文学剧本组稿或推荐，经过研究和策划，由乙方作出采用决定；

4.组织进行编剧、导演、主要演员、次要演员、摄相师、灯光师等主创人员的聘用；

5.审阅通过导演阐述；

6.确定外景地点，审核布景设计等工作，需要在文物、园林部门拍摄的电影片，应按照国家文物保护法编制拍摄计划并办理有关手续；

7.负责电影片的拍摄进程和政治思想内容，同时负责电影片的艺术和技术质量；

8.会同有关部门确定拍摄前准备阶段人员名单（特技设计、特技摄影根据规模及摄制组工作需要，由摄制组确定到组工作时间）；

9.摄制组进入筹备时期后，要及时收集整理艺术档案资料。

10.对涉及军事预算的电影片，应在拍摄有关镜头前50天完成军事预算的编制和上报工作，运送和使用武器药，应同时到公安部门办理有关手续；1

1.根据安全条例制订安全措施，明确安全分工；1

2.组织进行电影片的后期制作，并将标准拷贝及相关产品向甲方或甲方指定的发行商交付；1

3.在发行前进行必要的前期目标市场调查，制定并实施电影片推广发行计划；1

4.电影行业中通常由制片人完成的其他任务。

第四条 工作要求

1.乙方在工作期间内应接受甲方的管理，及时、勤勉、经济、高效地进行电视剧的摄制工作。

2.乙方应当保持和甲方的沟通、联系，但甲方不得干预乙方的正当权限或违反行业惯例。甲方有权随时检查乙方的工作，但不得影响乙方的正常工作，乙方应予以配合。

3.电视剧摄制计划和摄制预算一旦经甲方认可并确定，乙方应严格履行，未经甲方同意，乙方不得擅自更改。

4.从乙方工作正式开始之日起至乙方工作结束之日止，乙方应专职为甲方工作，不得受聘于甲方以外的任何

第三方。

5.甲方为乙方指派或聘用一名经乙方认可的秘书或助理，费用由甲方承担。该秘书或助理应于\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日到位。

第五条 定金甲方应于本合同签署之日向乙方支付定金\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，本合同得以实际履行之日即乙方工作开始之日，此定金自动转为甲方向乙方支付的酬金。若因甲方原因导致本合同未得以实际履行，甲方无权要求乙方返还定金；若因乙方原因导致本合同未得以实际履行，乙方应双倍返还定金。

第六条 报酬及支付甲方按下列第\_\_\_\_\_\_\_\_\_种方式向乙方支付酬金：

1.固定酬金方式：甲方在本合同签订之日\_\_\_\_\_\_\_\_\_内起时向乙方一次性支付\_\_\_\_\_\_\_\_\_（税前税后）酬金\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。

2.固定酬金加分红方式：甲方在本合同签订之日\_\_\_\_\_\_\_\_\_内起时向乙方一次性支付\_\_\_\_\_\_\_\_\_（税前税后）酬金\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。若电影片得以拍摄并成功发行，除上述酬金外，甲方应将其获得的此部电影片纯利润的百分之\_\_\_\_\_\_\_\_\_支付给乙方，作为乙方的分红，此分红为\_\_\_\_\_\_\_\_\_（税前税后）。甲方以支票或银行转账之形式向乙方支付报酬。乙方的银行资料如下：开户行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_；户名：\_\_\_\_\_\_\_\_\_；账号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

第七条 食宿、交通从乙方工作正式开始之日起至乙方工作结束之日止，甲方应负责安排乙方在片场所在地或其他工作地点的住宿、饮食和交通，费用由甲方承担。若甲方要求乙方到国内其他拍摄场地工作，甲方应承担往返交通费用。若甲方要求乙方到国外的拍摄场地工作，甲方应负责办理相关证件和手续并承担一切费用。

第八条 著作权、署名及姓名、肖像

1.甲方依法享有电影片的著作权。

2.若电影片得以拍摄并公开发行且乙方履行了本协议下的全部义务，乙方依法享有在电影片及相关衍生产品中的署名权。乙方署名的格式、具体位置及字体大小由甲乙双方根据国家的相关规定协商决定。

3.甲方有权无偿使用或许可播放者、发行者在电影片、电影片的衍生产品、电影片的宣传片或预告片使用乙方的姓名和肖像。但仅限于电影片推广、宣传之目的。

第九条 参加宣传活动甲方有权要求乙方参加电影片的开机仪式、首映式以及其他宣传活动，无需就此向乙方支付酬金。乙方应当积极参加并配合甲方的有关宣传活动。甲方要求乙方参加的宣传活动最多不超过\_\_\_\_\_\_\_\_\_次；否则，每超过一次应向乙方支付\_\_\_\_\_\_\_\_\_（税前税后）酬金\_\_\_\_\_\_\_元，乙方亦有权拒绝甲方要求。甲方要求乙方参加电影片的宣传活动，应承担乙方的食宿及往返交通费用。

第十条 保险为确保乙方在制片过程中的人身、财产安全，甲方应为乙方办理商业保险，具体包括：\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

第十一条 双方保证甲方：

1.保证其为取得《摄制电影许可证》并经依法注册和合法存续的电影制片单位。

2.保证已就计划拍摄的电影片取得《摄制电影片许可证（单片）》。

3.保证电影片不会包含任何侵害乙方合法权益或者违反国家法律禁止性规定的内容。

4.在签署本合同时，任何法院、仲裁机构、行政机关或监管机构均未作出任何足以对甲方履行本合同产生重大不利影响的判决、裁定、裁决或具体行政行为。

5.甲方为签署本合同所需的内部授权程序均已完成，本合同的签署人是甲方法定代表人或授权代表人。本合同生效后即对合同双方具有法律约束力。乙方：

1.乙方有权自行签署本合同并有能力履行本合同下的所有义务。

2.乙方履行本合同下的所有义务，皆不存在任何法律上的障碍。

3.从乙方工作正式开始之日起至乙方工作结束之日止，乙方不会受聘于除甲方以外的任何

第三方。

4.保证在本合同签署之前，不存在任何针对乙方的权利纠纷、索赔或者诉讼。

第十二条 合同的解除发生下列情形之一，甲乙双方可以通过书面形式解除本合同：

1.乙方因自身原因不能履行本合同规定的义务，累计或连续超过\_\_\_\_\_\_\_\_\_天；

2.甲乙双方违反其在本合同中所作保证或所作保证不真实；

3.乙方部分或完全丧失民事行为能力致使其不能继续履行本合同；

4.甲方拖欠乙方酬金累计达到乙方全部应得酬金的百分之\_\_\_\_\_\_\_\_\_，经乙方催告后，仍不履行支付义务的；

5.甲方破产、解散或被依法吊销企业法人营业执照；

6.甲方被依法吊销《摄制电影许可证》。

第十三条 合同的终止本合同在下列情形下终止：

1.合同期限届满，甲乙双方不再续签本合同；

2.甲乙双方通过书面协议解除本合同；

3.因不可抗力致使合同目的不能实现的；

4.在委托期限届满之前，当事人一方明确表示或以自己的行为表明不履行合同主要义务的；

5.当事人一方迟延履行合同主要义务，经催告后在合理期限内仍未履行；

6.当事人有其他违约或违法行为致使合同目的不能实现的；

7.\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

第十四条 保密未经甲方同意，乙方不得在电影片公映之前向任何

第三方泄漏剧情、演员、拍摄进度等与电影片相关的一切信息。若本协议未生效，乙方不得泄露在签约过程中知悉的甲方的商业秘密。乙方保证对其在讨论、签订、执行本协议过程中所获悉的属于甲方的且无法自公开渠道获得的文件及资料（包括商业秘密、公司计划、运营活动、财务信息、技术信息、经营信息及其他商业秘密）予以保密。未经甲方同意，乙方不得向任何

第三方泄露该商业秘密的全部或部分内容。但法律、法规另有规定或双方另有约定的除外。保密期限为\_\_\_\_\_\_\_\_年。乙方若违反上述保密义务，乙方应赔偿甲方因此而遭受的经济损失。

第十五条 通知

1.根据本合同需要一方向另一方发出的全部通知以及双方的文件往来及与本合同有关的通知和要求等，必须用书面形式，可采用\_\_\_\_\_\_\_\_\_（书信、传真、电报、当面送交等）方式传递。以上方式无法送达的，方可采取公告送达的方式。

2.各方通讯地址如下：\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

3.一方变更通知或通讯地址，应自变更之日起\_\_\_\_日内，以书面形式通知对方；否则，由未通知方承担由此而引起的相关责任。

第十六条 合同的变更本合同履行期间，发生特殊情况时，甲、乙任何一方需变更本合同的，要求变更一方应及时书面通知对方，征得对方同意后，双方在规定的时限内（书面通知发出\_\_\_\_\_\_\_\_\_天内）签订书面变更协议，该协议将成为合同不可分割的部分。未经双方签署书面文件，任何一方无权变更本合同，否则，由此造成对方的经济损失，由责任方承担。

第十七条 合同的转让除合同中另有规定外或经双方协商同意外，本合同所规定双方的任何权利和义务，任何一方在未经征得另一方书面同意之前，不得转让给

第三者。任何转让，未经另一方书面明确同意，均属无效。

第十八条 争议的处理

1.本合同受中华人民共和国法律管辖并按其进行解释。

2.本合同在履行过程中发生的争议，由双方当事人协商解决，也可由有关部门调解；协商或调解不成的，按下列第\_\_\_\_种方式解决

（1）提交\_\_\_\_\_\_\_\_\_仲裁委员会仲裁；

（2）依法向人民法院起诉。

第十九条 不可抗力与意外事件

1.如果本合同任何一方因受不可抗力事件影响而未能履行其在本合同下的全部或部分义务，该义务的履行在不可抗力事件妨碍其履行期间应予中止。

2.声称受到不可抗力事件影响的一方应尽可能在最短的时间内通过书面形式将不可抗力事件的发生通知另一方，并在该不可抗力事件发生后\_\_\_\_日内向另一方提供关于此种不可抗力事件及其持续时间的适当证据及合同不能履行或者需要延期履行的书面资料。声称不可抗力事件导致其对本合同的履行在客观上成为不可能或不实际的一方，有责任尽一切合理的努力消除或减轻此等不可抗力事件的影响。

3.不可抗力事件发生时，双方应立即通过友好协商决定如何执行本合同。不可抗力事件或其影响终止或消除后，双方须立即恢复履行各自在本合同项下的各项义务。如不可抗力及其影响无法终止或消除而致使合同任何一方丧失继续履行合同的能力，则双方可协商解除合同或暂时延迟合同的履行，且遭遇不可抗力一方无须为此承担责任。当事人迟延履行后发生不可抗力的，不能免除责任。

4.本合同所称不可抗力是指受影响一方不能合理控制的，无法预料或即使可预料到也不可避免且无法克服，并于本合同签订日之后出现的，使该方对本合同全部或部分的履行在客观上成为不可能或不实际的任何事件。此等事件包括但不限于自然灾害如水灾、火灾、旱灾、台风、地震，以及社会事件如战争（不论曾否宣战）、动乱、罢工，政府行为或法律规定等。意外事件：

1.非因双方当事人过错，出现本条

第一款规定的不可抗力事件以外的甲乙双方不能控制的情况，包括但不限于天气反常以及电影片导演或其他主要演员生病、受到意外伤害或死亡等，致使电影片的拍摄迟延，甲方应立即采取补救措施，并将拍摄计划顺延的时间书面通知乙方；因此而未能按原拍摄计划完成电影片的拍摄，乙方无需承担违约责任。

2.若本条规定的情况致使电影片的拍摄迟延超过\_\_\_\_\_\_\_\_\_天，任何一方皆可通过

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！