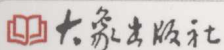


国家示范性高等职业院校建设成果教材

商务写作与实训

孙全治 主编



(全国优秀出版社)

 **工学结合** 财经类
系列教材

国家示范性高等职业
院校建设成果教材

商务写作与实训

孙全治 主编

 **大象出版社**
(全国优秀出版社)

图书在版编目(CIP)数据

商务写作与实训/孙全治主编. —郑州:大象出版社,
2008.8

高职高专“工学结合”系列教材·财经类
ISBN 978-7-5347-5103-5

I. 商… II. 孙… III. 商务—应用文—写作—高等学校:
技术学校—教材 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 110961 号

责任编辑 郭安周

特约编辑 余甫坤 刘自国

责任校对 崔念华

封面设计 刘 民

出 版 大象出版社(郑州市经七路 25 号 邮政编码 450002)

网 址 www.daxiang.cn

发 行 全国新华书店

制 版 郑州普瑞印刷制版服务有限公司

印 刷 河南省豫公印刷厂

版 次 2008 年 8 月第 1 版 2008 年 8 月第 1 次印刷

开 本 787×1092 1/16

印 张 15.75

字 数 392 千字

定 价 26.00 元

若发现印、装质量问题,影响阅读,请与承印厂联系调换。

印厂地址 郑州市政四街 6 号

邮政编码 450003

电话 (0371)65882169



大象出版社

大象出版社为全国优秀出版社，其前身是河南教育出版社，1983年12月成立，1996年10月经国家新闻出版署批准更为现名。大象出版社主要出版大中小学各类教材、教学参考书、教学辅助读物、学生课外读物及教育理论著作、工具书与有关学术著作。出版社在出版直接服务于教学的各类教育读物的同时，还致力于弘扬中华优秀传统文化。已基本形成编、印、发、物配套齐全，书、报、刊、电子读物良性互动的多元化发展格局。

建社20多年来，大象出版社出版图书6000余种，发行20多亿册。有400余种图书获得包括国家图书奖、“五个一工程”图书奖、中国图书奖在内的省、部级以上优秀图书奖，百余种图书发行海外市场。

2006年全国图书出版业竞争力研究课题组从反映出出版社的六种能力（生产力、销售力、盈利力、组织力、资源力和成长力）对全国572家出版社进行综合排名，我社名列第40位。2007年在首届中国出版政府奖中我社连中四元。2007年我社通过ISO 9000认证，被评为AAA级信誉单位。

在新的形势下，大象出版社积极进取，不断强化其在教育图书出版领域的优势，充分展示大象出版社在新课程改革中锐意进取的雄姿和深厚实力。配合国家新课程改革，目前已形成了从小学至高中12个年级、国标教材与地方教材相结合的大象版教材体系。随着综合实力的加强，大象出版社近年来加大了大中专教材的出版力度，大中专教材也渐成体系。

今后我们会加大力度不断开发新品种的系列教材，欢迎有编写意向的老师积极与我们联系（daxianggj@163.com）。

大象出版社将继续秉承“脚踏实地，善于负重，坚忍不拔，勇往直前”的大象精神，实践“服务教育，介绍新知，沟通中外，传承文化”的出版宗旨，为读者奉献更多的精品图书！

前言

本书是适应高职高专教育教学改革的发展需要,借鉴国家示范性高等职业院校课程建设成果,按照大象出版社开发“工学结合”系列教材的编写思路,为高职高专院校财经类专业学生精心编写的教材。

随着国家示范性高职院校建设的不断深入,编写符合“校企合作、工学结合”人才培养模式需要的、体现“能力本位、项目导向、学生主体”要求的教材是国家示范性高等职业院校义不容辞的责任。本书以“基于工作过程的教材开发理念”为指导,广泛调研了财经类专业学生就业工作岗位对写作能力的要求,遴选了商务活动中常见的7类32种应用文体为本书的写作重点,依据高等职业教育的培养目标及本课程的特点,力求突破原有学科体系,淡化理论阐述,注重实践教学,强化技能训练,充分体现指导性与可操作性,从而达到培养学生写作能力的教学目的,满足社会经济发展对高等职业人才的需求。

应用文体的写作是一门实践性、应用性较强的学科,具有综合性、实用性、工具性的特征,有其自身的思维特征与文体格式规范。为了让更多的大学生以及社会各类人士了解、掌握并得心应手地去写作各类应用文体,我们在长期应用写作教学实践的基础上,经过不断探索、提高、加工、修改而编写完成了本书。与同类教材相比,本教材有以下四个特点。

1. 注重创新性。本书打破以往“写作理论常识+例文”的模式,采用“文种常识——写法指要——范文典例——写作提示——相关链接——写作训练”的内容编排形式。“文种常识”主要介绍文种的含义、特点、分类、作用等;“写法指要”主要介绍文种的格式与写法;“范文典例”精选例文并加以简要评析;“写作提示”主要介绍写作中应该注意的事项;“相关链接”是该文种知识的扩充;“写作训练”则主要设计案例和提出实训要求。

2. 注重实用性和实训性。本书对文体的理论阐述简明扼要,重点对文体与写法进行详细讲解,力求方便实用;典型例文附有简要评析,意在引导学生掌握写作技巧;写作训练重在培养学生分析和解决问题的能力;书后附录可供师生教与学参考。

3. 注重示范性。一是选用使用频率比较高的主要文种,注重满足学习者写作基本范式的示例需求;二是写作指导突出“举一”的原理阐述,侧重“反三”能力的培养;三是选择了典型规范的例文作样本,便于读者写作时参考借鉴。

4. 注重目标性。本课程的目标是:提升学生的人文素养和综合文化素质,培养学生收集资料、处理信息、分析归纳、解决问题、创新思维、文字表达等方面的能力,能够制作规范的实用文体来传递信息、交流思想、指导实践,使学生真正成为应用型的专业技术和管理人才,以便更好地适应社会、市场、职业、岗位的需求。

本书由孙全治同志任主编,并确定全书的编写大纲和体例。参与本书编写的作者均是来自高职高专院校具有丰富的教学经验和较强科研能力的教师。具体编写分工如下:第一、三章由李艳华执笔,第二章由孙全治执笔,第四章由周爱荣执笔,第五、七章张在中执笔,第六章由杨现钦执笔,第八章由李雪平执笔。全书由孙全治同志统稿、审定。

本书在编写过程中借鉴、参考了有关教材、著作、报刊和互联网的相关资料,在此谨向这些文献、资料的作者表示衷心地感谢!

由于编者水平有限,书中难免有不当甚至错误之处,恳请有关专家和广大读者批评指正,并对本书提出宝贵的修改意见。

编 者

2008年7月

目 录

第1章 商务写作总论	1
1.1 商务写作概述	1
1.2 商务写作基础	3
1.3 商务写作过程	9
第2章 商务管理文书	20
2.1 商务工作计划	20
2.2 商务工作总结	33
2.3 商务报告	38
2.4 商务简报	44
2.5 公司章程	51
第3章 商务礼仪文书	72
3.1 邀约文书	72
3.2 迎送文书	76
3.3 庆谢文书	79
3.4 告启文书	82
第4章 商务决策文书	87
4.1 市场调查报告	87
4.2 市场预测报告	101
4.3 可行性研究报告	110
4.4 经济活动分析报告	115
第5章 商务协约文书	131
5.1 经济合作意向书	131
5.2 协议书	135
5.3 经济合同	137
5.4 谈判备忘录	143

第6章 商务信息文书	148
6.1 商务新闻	148
6.2 广告文案	158
6.3 产品说明书	165
第7章 招标投标文书	173
7.1 招标文书	173
7.2 投标文书	180
第8章 商务员工文书	187
8.1 求职信	187
8.2 竞聘演讲稿	194
8.3 述职报告	201
8.4 科技论文	208
附录一	224
附录二	230
附录三	232
附录四	236
附录五	240
附录六	244
参考文献	245

第1章

商务写作总论

【学习目标】

通过本章学习,了解商务应用文的概念、特点,理解应用文的主旨与材料、结构与语言的含义和要求以及应用写作过程中的构思、起草、表达、修改等环节的方法与具体要求,重点掌握应用文如何确立主旨、如何选择与使用材料、应用文的结构原则与结构模式、应用文的语言特点及语体特点、应用写作的表达方式、应用文各组成部分的写作方法与规范。

1.1 商务写作概述

1.1.1 商务写作的概念

写作,是写作主体运用有组织的语言文字表达思想感情、传播信息、反映客观事物的一种社会实践活动,同时也是一种精神劳动。写作可分为以下两大类。

一是文学创作,又称艺术写作。它是运用文学语言,描述艺术形象、表达思想感情的创造性心智审美活动,所生产的是具有审美价值的精神产品。主要指语言艺术中的诗歌、散文、小说、剧本等文学作品的创作。

二是实用写作,又称应用写作。人们在社会生活中,写作活动大多数都有实用的目的,或处理公务,或处理私务。按照规定的格式或约定俗成的规范来写,我们将其称之为应用写作或实用写作,把写成的文章相应地叫做应用文。

商务写作是应用文的一类,是工商企业在市场经济环境中,经营运作、贸易往来、发展开拓等一切活动中所记录、总结、交流、传播信息和处理各类事务的文书。

商务写作与商品一样活跃,体现在商品交流的每个环节,影响着现代生活的方方面面。它有应用文的基本特性,它以语言文字为主要工具,储存、加工、传播与人的实际需要有关的各种信息。

写作是一门学问,一种技巧。特别是商务写作,涉及商务活动的方方面面,是从事商务活动人员的必修课和基本技能。通过有效的写作训练,可以提高学生的思维水平、沟通技巧以及协调能力。

1.1.2 商务写作的特点

商务写作作为应用写作的一种,除具有应用写作的共性外,还有其独特的个性。商务写作的特点主要有以下几个方面。

1. 目的的实用性

文章写作都具有实用性和目的性。应用文的写作主要是为了解决实际问题,是“缘事而发”,无事不发。商务写作主要是在经济活动中处理公务事件,告诉读者要处理什么事情,说明处理事务的方针、政策、办法、措施,或与对方磋商问题,提出请求,或双方协商,达成协议,签订合同,等等,都是为了解决实际问题而写的。

总之,商务写作主要是解决商务活动中的各种问题,失去了实用性,就失去了其自身存在的价值。

2. 客观的真实性

商务写作必须讲究真实、客观,实事求是地反映问题、反映情况,不允许虚构或发挥主观想象,夸大其辞,歪曲事实真相,蒙骗对方,误导消费者。商务写作要求叙述情况有一说一,不凭空落笔;阐述观点要言不烦,不旁征博引;提出措施切实具体,不泛泛而谈。

3. 格式的规范性

商务应用文中的大部分文体有相对固定的格式,即它们有大致相同或相似的布局、形式和写法,使用时可以仿照。这些格式,有的是长期以来约定俗成、相沿成习的,有的是由权威机构统一制定的。如市场营销方案、各种商务信函、经济合同、公司章程等,每一种应用文包括哪些内容,哪些在前,哪些在后,分几部分,都有严格规定,不得标新立异。

4. 表述的准确性

由于应用文注重实用,所以它的语言也讲究务实、简洁、明白、准确、规范,要求表达时要选择最贴切的词语去表达要表达的意思,便于理解执行。不能像文学创作那样讲研究生动、形象、含蓄、朦胧,或以取悦的方式打动读者。

5. 功能的时效性

由于商务写作是为了解决实际问题而写的,所以它的时效性很强。一旦出现问题,就必须及时反映,否则,拖延时间就会给工作、生产带来影响。尤其是当今社会,市场竞争激烈,如果信息传递慢,企业随时就有被淘汰的危险。而信息反映及时,就会给企业带来效益。

1.1.3 商务写作的分类

我国的应用文的发展有3 000多年的历史,种类繁多,分类复杂,目前常用的应用文就有近200种。商务应用文虽然说只是应用文的一个分支,但是,由于市场经济的繁荣与发展、人与人之间紧密的联系和错综复杂的交往、我国产业结构的改变,以及书写工具的更新和电脑软件的创新等,使得商务应用文迅速发展,种类也越来越多。

为了学习的方便,我们把商务应用文划分为以下类别,详见表1-1。

表 1-1 商务应用文的类别

序号	文种类别	主要文种
1	商务管理文书	主要包括商务计划、商务总结、商务报告、商务简报、公司章程等
2	商务礼仪文书	主要包括请柬、邀请书、欢迎辞、欢送辞、贺词、答谢词、启事、声明等
3	商务决策文书	主要包括市场调查报告、市场预测报告、可行性研究报告、经济活动分析报告等
4	商务协约文书	主要包括经济合作意向书、协议书、经济合同、谈判备忘录等
5	商务信息文书	主要包括商务新闻、广告文案、商品说明书等
6	招标投标文书	主要包括招标公告、招标邀请书、招标说明书、投标文件等
7	商务员工文书	主要包括求职信、竞聘演讲稿、述职报告、科技论文等

1.2 商务写作基础

1.2.1 主旨与材料

1.2.1.1 主旨

主旨(又称主题)是作者通过文章的具体材料所表现的基本思想,是作者对客观事物的认识和评价。

1. 商务应用文主旨的特点

商务应用文的主旨符合一般应用文主旨的特点,都要求主旨具有以下几个特点。

(1)客观。其主旨应是因客观的现实需要而形成的,是生活的某种需要促使作者表明某种态度,是客观材料本质意义的反映。

(2)单一。文学作品可以一文多义,不同的欣赏者可以从文中领略到不同的主题意思。而应用文则要求主旨单一纯粹,即一文一义,每篇应用文只能表达一个意思。

(3)直接。应用文的主旨表达一般都是开宗明义,直截了当,决不拐弯抹角,而且在文本中要用简明的语言把文章的主旨概括出来,并在文章的显要位置直接而明白地表达出来,非常明确,使读者一看就明白,不会产生歧义。

(4)合法。商务应用文的主旨必须符合国家的法律、法规、方针、政策,针对急需解决的现实商务问题制发。

2. 商务应用文主题的确立

商务应用文主题的确立,要做到“三合”,即合“法”(法律法规)、合“理”(材料本身的意义)、合“情”(部门实际),要能在现实环境中行得通,能为有关单位所接受。

(1)依照法律法规确立主题。应用文主题确立要符合国家的法律法规,符合党和政府的方针、政策及有关规定。尤其是基本政策和具体政策,应该准确地体现在应用文主题中,

不能有丝毫背离。

(2)依据客观材料确立主题。写作应用文,首先要采集大量的材料,然后对材料进行分析研究,得出正确的判断和结论,从而确定文章的主题。确立主题应从三方面把关:一是引证的事实、情况、情节、数字、引语、资料要准确无误;二是要对客观事实做全面的整体的分析,防止以点带面、以偏概全;三是对事实的叙述、说明、议论一定要合乎事物本身的逻辑,表达上更要恰如其分。

(3)依据部门实际确立主题。应用文重在“应用”,为了解决本单位、本部门的实际情况和问题而撰写。就通常情况看,客观需要决定了应用文的主题,无需作者去从材料里提炼、归纳,很多情况上级的文件精神、机关领导的要求就是文章的主题。

1.2.1.2 材料

应用文的材料是体现文章主旨的理论、事实和数据,是应用文写作的物质基础,是形成主题的根据,是表现观点的支柱。

1. 获取材料的范围

应用写作的材料范围只能用现实的、具体的、与本人或本部门切实相关的材料。这些材料可分为事实材料与理论材料两种。

事实材料指实际发生的事实、情况部分,它是在对现实情况做深入的调查研究后收集并用于应用文之中的材料。一般以文摘、提要、简报、统计表等形式记载,也有的制作成图表。

理论材料又叫政策材料,指党和国家领导人的讲话与指示,党和国家的方针、政策、法律、法规和有关文件,本单位制定与颁发的规章制度及文件等。

2. 获取材料的途径和方法

(1)观察。观察是一种主要运用视觉和听觉对客观事物所进行的审视和思考,它是一种有意识的行为,是一种目的性很强的有意注意。商务活动中存在着大量材料,能否被你所用,关键在于你能否自觉地、认真地进行观察,将材料日积月累起来。

观察和做一切事情一样,必须注意方法。总的说来,观察要确立观察点,要有顺序,要抓住事物特征,要具备分析、综合能力。此外,观察要善于思考才能发现问题、提出问题、抓住事物的主要特征,从而对事物进行科学的判断。

(2)调查。调查是指为了摸清情况,总结经验或发现、解决问题而进行的有目的的并按一定的方法和步骤对某一事物进行了解的行为方式。通过调查,可以收集到直接的写作材料;可以验证和核实已经通过其他途径获得的材料,并对已经产生的观点进行核实和验证;另外,调查中逐步形成的新的观点还会统领所有已经获得的写作材料,使认识得到深化。要掌握常用的调查方法,如开调查会、个别采访、实地考察、问卷考察等,并会利用科学的分析方法。

(3)查阅。一是利用图书馆、资料室、档案室等查阅有关资料;二是阅读各种文件,从书籍报刊中获取写作资料;三是利用网络资源。

3. 材料的选择与使用

有了材料,并不是说要把所有的材料都写到文章里去,只有那些能够证明或说明主题的材料才是我们所需要的,其他的都应该舍弃。选择材料,要紧扣主题,选择绝对真实的材料,能与主题对应的材料,充分、具体、典型的材料。

选择材料之后,还有如何使用的问题。使用材料要处理好以下几方面问题。

(1)正确处理材料和观点的关系。材料是文章的血肉、观点的依托,没有材料,文章就

会流于空泛、虚而不美;观点是文章的灵魂、材料的统帅,没有观点,文章就会像一个没有主见的人一样,不知他究竟赞成什么、反对什么。

(2)确定论述的先后顺序,使材料条理化。应用写作使用材料有不同的顺序安排,如按照人们认识事物的过程安排材料,由表及里、由浅及深、由点到面;按照事物发生发展的顺序安排材料,分为起因、开端、发展、高潮、结果、尾声;按照事理的轻重次序安排,先轻后重、先次后主,或者先重后轻、先主后次,等等。

(3)妥善安排剪裁材料,使其疏密详略得当。掌握原则是:重要的材料宜详,次要的材料宜略;新材料宜详,旧材料宜略;具体的材料宜详,概括的材料宜略;读者关切的材料宜详,读者已知的材料宜略;人所难言者宜详,人所易知者宜略。

1.2.2 结构与语言

1.2.2.1 结构

结构是文章内部联系和外在模式的总体概括,是材料的组织和编排形式,是如何运用材料以表现主题的组织安排。即根据表达主旨的需要,把有关材料编成有头有尾、层次清楚、段落分明、首尾连贯的不可分割的有机整体。它是作者的思路在文章中的反映,实质是一个如何认识和反映客观事物的问题。

1. 应用文结构安排的原则

(1)符合人们对客观事物的认识规律。人们在长期的认识实践中形成了一定的认识模式,这些认识模式虽然是看不见的、潜在的,但却是有规律可循的。文章作为人们认识客观世界的成果,其中贯穿着认识模式和规律。应用文的结构形态和它所反映的事物的运动规律、内部联系大体是一致的,基本上是按照“出现问题(提出问题)——研究分析问题——解决问题”这一事物内在联系来构成的。

(2)服从表现主旨的需要。构思、组织、安排任何一份应用文,其着眼点只能是一个:为了表现好主旨。一篇应用文书结构严谨、自然、完整,衡量的根据就在于它圆满、妥善地完成了表现主旨的任务。反之,一篇应用文书起承转合、过渡照应十分讲究,但是全都与该表现的主旨无关,那么只能遗憾地宣布这篇文书的结构是不成功的。

(3)适合不同文种的特点。商务文书种类很多,它们是从不同角度、不同方面、用不同的表现形式来反映现实商务和经济活动的,由此决定了它的结构形态也要适应各种不同种类的商务文书的特点。

2. 应用文的结构模式

商务应用文结构的最大特点,就是每种文体都有一个大体通用的格式。这一格式产生于人们的写作实践,并在约定俗成的基础上趋于定型。按照这一格式去写,往往既便于作者的表达,又有利于读者的阅读和理解。但是格式并不是一个固定不变的套子,格式是为内容服务的,所以在写作中还应根据内容表达的需要灵活掌握。

常见的文章篇章结构模式有以下三种。

(1)纵向结构模式。按照时间的先后顺序,事件发生、发展的进程安排结构,或者遵循逻辑推导的过程,将几个内容板块组合起来的结构形式。这样安排结构的好处是脉络清楚,易于表现故事和情节,但运用不好,就会记成流水账。

(2)横向结构模式。按照空间方位的顺序,或者打破时间和逻辑界限,以意旨为中心连接若干相对独立性的板块。板块之间的关系是平等的、独立的,但又是从不同的侧面、方面

阐明主旨的。横式结构易于表现主题,给人以突出的、深刻的印象,但要防止东拉西扯,偏离主题,成为一种拼盘一样的东西。

(3)纵横交错式结构模式。在纵向推移中,展开横的方面,或在横断面上插入纵向的发展。这种结构方式,各层次之间的关系比较复杂,常用的写法是纵中有横,即以纵为主,局部横向展开,时空转换灵活,结构上看不出明确的主线,人们常把它叫做全方位的写法。这种模式在商务写作中比较少见。

1.2.2.2 语言

文章的行文表达是以一个一个语段为基本单位的,而表达的语段又是由一个一个的字、词、句组成的。表达的好坏,最终要落实到字、词、句上来。没有遣词造句的功夫,就无法从事写作。因此,语言是文章存在的前提,是文章好坏的基础,是构成文章的细胞。

应用文的语言具有准确、简明、平实、得体的特点。

1. 准确

准确就是要求语言含义清楚,词语内涵外延明确。语言的整体是由词句构成的,写作中,语言是通过词句来体现的。因字而生句,积句而成章,因此,掌握一定数量的汉字,并在此基础上不断地扩充、丰富自己头脑中储存的词语,是学习写作时必须努力为之的基础环节。另外,语言准不准确,要结合具体的语言环境和它所表达的内容。

要做到语言准确,一要掌握丰富的词汇,二要准确辨析词义,三要注意词语的感情色彩,四是在造句上不出现成分残缺、搭配不当等毛病。

2. 简明

“简”,就是精练,没有多余的话,用最少量的文字表达最丰富的内容,惜字如金,达到“皮毛剥落尽,唯有真意在”;“明”,就是明白,让别人看了能清楚,不会引起误会,不致产生歧义。

要做到语言简明,应从以下五个方面努力。

一是要根据工作需要,写最重要的。非说不可的话才说,非写不可的字才写。具体讲就是:与主旨无直接关系的不写,众所周知的大道理不写,对方不需要了解或已知道或无异议的不写。

二是运用各种简省的表述方法。例如适当使用单音节的文言词,使用介宾短语,使用常用的事务性词汇,使用插说和简称略语,等等。

三是使用限制性词语表示出事物的差别。常见的限制性词语有量的限制(如个别、一些、极少数、许多、大多数、基本上等)、质的限制(如供应、保证供应、满足供应、保障供给)、态度的限制(如充分肯定、基本肯定、比较肯定、不完全肯定、尚未能肯定等)、时间的限制(如迄今为止、至目前看来、将来、在现阶段、从历史上看、最近、前不久、适当时机等)、地域的限制(如在我省、在特区、在开放城市、在内地、在国外、在我国大陆等)、条件的限制(如据不完全统计、从某种意义上来说、针对这种情况、就已掌握的材料看、除了……之外、在可能的情况下、按有关规定等)、频率的限制(如多次、屡屡、一贯、时有、往往、三令五申、总是等)、程度的限制(如不良、极为、较、一般、高度、十分等)。

四是不生造词语,不写错别字,注意正确使用标点符号。

五是认真修改。修改,是使行文简约,文字精练的好办法,也是认真办事的反映。

3. 平实

平实就是平易、朴实。应用文中的述事贵求实、周全,说理贵平易、严谨,说明贵质朴、清

晰。

要做到语言平实,首先,写作态度要诚实。摒弃套话、空话、假话,杜绝不实溢美之词。“修辞立其诚”,这是基础,也是应用文本色的体现。其次,在具体撰写中,“少做作,勿卖弄”,求真务实,使用通行的、平易的,既为自己所透彻了解,也易为读者领会的词语,这样才能准确地表述。

4. 得体

得体是指语言的运用要恰当、合适,适合交际题旨和语境,适合社交目的、社交对象、社交领域、社交环境和方式的需要,并使之和谐一致。

(1)要适合发文者的身份,注意发文机关的隶属关系。上行文,要体现尊重上级的组织关系,多用祈请句;多述事,少说理。平行文,则平等有礼,用语谦和,多以商量口吻。下行文,要明确决断,又要体恤下情,用语质朴,多用肯定或征询、期望语气。

(2)要适合题旨。也就是语言的色彩要体现出文章的题旨,语言要与内容相得益彰。阐明政令的,要庄重严肃;通报错误的,要说理严正;报喜祝捷的,要热烈欢快;商洽问题的,要虔诚以待;申述要求的,要平和委婉。

(3)要适合对象。应用文的阅读对象是明确的,甚至是特指的具体人、单位。这样,行文时就要选择对方乐于接受的语言,使受文对象得到预期的反应,得到应有的感受。

(4)要适合语境。语言要适合语意环境,一是指适合受文者所处的环境,一是适合内容所反映的对象的环境。

1.2.3 应用文文稿结构组成及其写作指要

一篇应用文文稿,一般是由标题和正文两部分组成,正文一般又划分为开头、主体、结尾三部分。不同的文种格式不同,写法各异,但其基本组成是相同的,且其写法也有一定的规律性。下面,分别介绍应用文文稿的标题和正文的写法。

1.2.3.1 标题

标题是文章的命名。鲜明、准确的标题能给读者留下深刻的印象。标题可以在动笔之前就确定,也可以在行文中间、乃至完稿后拟定。

按其内容来划分,应用文的标题,可分为公文式标题和文章式标题两种。公文式标题,按照2000年8月24日国务院办公厅《国家行政机关公文处理办法》规定,其构成形式为“发文机关+事由+文种”,这是完全式公文标题;另外还有省略式标题,如“事由+文种”或仅有“文种”。文章式标题,即用概括性的语言将文章的内容归纳为一句凝练的话,作为该文的标题。

按其形式来划分,应用文的标题又可分为单式标题和复式标题。单式标题一般用一句概括凝练的话作为文章的标题,如“七成市民家庭怎样理财”。

复式标题又可分为双行标题和多行标题。双行标题由正题和副题组成。正题一般为文章式标题,副题为公文式标题。如:

以人为本,热情周到
——××商场促销活动总结

多行标题一般由引题、正题、副题组成,常用于消息、广告等文种。具体形式在消息、广告等文种写作中详细介绍。

拟制标题,一要准确,对文章内容的概括要准,文种名称确定要准,标题中书名号使用要

准;二是简明,不要过长和烦琐;三要清楚,不使人模糊或引起歧义。

应用文标题的书写位置原则上是居中排列,除要注意美观、对称外,还要注意标题中的用词和引用书名、人名、数字等不要分离。标题中除引用书名或政治术语要加引号外,一般不用标注标点符号。

1.2.3.2 正文

应用文的正文,和一般文章的结构一样,一般包括开头、主体与结尾三部分。

1. 开头

文章的开头,就像演员的亮相,讲究的是先声夺人,引人入胜。应用文的开头要注意以下三点要求:第一,要适应主旨要求,自然而然地引发全文;第二,自然和谐、凝练明快;第三,力争新颖。应用文常见的开头方式有以下几种。

(1)开门见山式。开篇直接入题,不枝不蔓,直叙其人,直陈其事,开宗明义。这是最常用的一种方式。

如国务院前总理朱镕基 2002 年 3 月 5 日所作的《政府工作报告》的开头:

现在,我代表国务院向大会作政府工作报告,请予审议,并请全国政协各位委员提出意见。

(2)概述式。即概括叙述全文的主要内容或有关情况,然后在主体部分再加以详细表述。

如毛泽东的《关于正确处理人民内部矛盾的问题》讲话稿开头:

关于正确处理人民内部矛盾的问题,这是一个总题目,为了叙述的方便,分为十二个小题目。在这里,也要说到敌我矛盾的问题,但是重点是讨论人民内部矛盾问题。

(3)根据式。开头交代行文依据,以增强文书的权威性。常用于公务文书,特别是通告、通报、报告等。

(4)原因式。即在开头讲明行文的缘由,以揭示全文的必然性和合理性,还可昭示行文的必要性与重要性。

(5)目的式。即开头交代行文的目的或意图,以表明行文的针对性。

2. 主体

主体是文章开头和结尾之间的部分,是文章的核心。

比较而言,开头和结尾更多地体现着文章的结构艺术技巧,而主体则更多地负载着文章的思想价值和实用价值。从某种意义上说,开头和结尾是为主体服务的,开头是为了引出主体,结尾是对主体的归结和收束。

应用文对主体的要求是:内容充实,条理清晰,符合逻辑。

3. 结尾

结尾是应用文内容发展的自然结果,其目的是强化主体、明确任务,以达到预期的目的。文章的结尾要收束自然,不可意犹未尽而话止,也不可拖泥带水,该停而收不住。常用的结尾有以下五种。

(1)总结全文式。用简短的语言概括全文内容,得出结论,使内容更加清楚,印象深刻。

(2)呼应开头式。结尾与开头遥相呼应,重申本文的目的、依据等,使文章结构完整。

(3)号召希望式。结尾发出号召、提出希望,多见于报告、讲话稿。

(4)表示决心式。结尾表示讲话人的决心和信心,以鼓舞斗志。

(5)提出要求式。多见于报告、请示。

1.3 商务写作过程

1.3.1 准备与构思

1.3.1.1 准备

准备工作包括平时的准备和为写作某一篇文章而做的具体准备。

平时的准备,主要是指作者的基本素质和基本能力。基本素质即应用文作者的思想政治素养和文化素养,具体指应用文作者的人格修养、生活修养、学识修养、语言修养、政策理论修养和业务知识修养。应用文作者的基本能力主要包括调查能力、信息处理能力、辞章建构能力和把握读者心理的能力。

为写作某一篇文章而做的具体准备,主要包括明确写作目的和搜集材料两个方面。

明确写作目的,是指在写文章前,要清楚写作的意图、使用的文种,发送和阅读的对象、范围,提出和解决的问题,领导对文稿内容的要求等。

意图是写作的最初动机,也是形成应用文主旨的基础。应用文写作的意图产生于生产、生活的各种需要,这种需要是形成作者写作意图的逻辑起点。应用文文种个性鲜明,区分度高,作者必须根据需要进行选择合适的文种,而且根据某一“需要”只能选择唯一的一个文种。另外,写作前,要根据写作目的和行文关系明确发送和阅读的对象、范围,正确领会领导的意图,明白行文中所要阐述或要解决的问题。

写作目的明确以后,就要着手搜集有关材料。搜集、占有的材料越丰富、越全面、越完整,越有可能写出好的应用文,否则,“巧妇难为无米之炊”,或者写不出,或者写不好。

1.3.1.2 构思

构思是在充分把握客观材料的基础上,作者从思想内容和表现形式两个方面孕育文章的一系列定向的、创造性的思维活动过程,是对一篇文稿的总体谋划和设计,即要写什么、怎样写的思维活动过程。

广义地说,文章写作过程中的所有思维活动都可称为构思。这里所讲的构思,是指在广泛采集材料、并对材料进行了潜心研究以后所进入的凝神细想、命题炼意、谋篇布局以及定题选技的阶段,主要包括选取材料、提炼主旨、安排结构、拟写提纲等几个步骤。前三个步骤我们在前面已经作过介绍,在此不再赘述,下面主要介绍提纲的拟写。

拟写提纲又称编写提纲,是写作者经过集中构思,采用提要或图表的方式,从材料中提炼出来的初步的文章结构形态。一些小型的文稿,提纲可以粗一些,有个基本骨架便可;还有一些要求急、容量小的文稿,下笔前有个腹稿即可。

不同文体有不同的情况,写提纲时也有粗细之分。大型的工作报告、调查报告等,由于头绪多、篇幅较长,有时需要数人合作写成,就一定要先拟提纲,然后再动笔正式撰写。写作前拟写提纲,纲目就较详细,往往会起到事半功倍的效果。