

Tourism

现代旅行社

运行及管理 实务全书

北京燕山出版社

目 录 (下)

第二篇 实务篇 (续)

第十章 旅游应用文	(913)
第一节 绪论	(913)
一、旅游应用文写作	(913)
二、口头语言表达	(917)
第二节 专用书信	(918)
一、介绍信	(918)
二、证明信	(919)
三、邀请信、请柬	(920)
四、聘书	(921)
第三节 事务书信	(921)
一、事务书信的写法	(921)
二、事务书信示例	(925)
第四节 电报、电传、传真	(928)
一、电报	(928)
二、电传	(929)
三、传真	(930)
第五节 条据、通知	(932)
一、条据	(932)
二、通知	(934)
三、口头用语中广播通知的写法及注意事项	(935)
第六节 旅游解说词	(936)
一、旅游解说词的性质与作用	(936)
二、旅游解说词的分类与结构形式	(938)
三、撰写旅游解说词应注意的事项	(939)
第七节 旅游广告	(945)
一、广告和旅游广告	(945)
二、旅游广告的作用	(946)
三、旅游广告的种类及特点	(948)
四、旅游广告的写法	(949)

第八节 旅游合同	(955)
第九节 旅游说明书	(963)
第十节 旅游规章	(971)
一、规章的种类	(971)
二、规章的一般格式与写法	(972)
三、规章的写作要求	(973)
第十一节 旅游英语应用文	(976)
第十一章 中国海外客源市场主要客源国旅游签证	(985)
第一节 签证基本知识	(985)
一、入出国管理	(985)
二、什么是签证	(985)
三、签证的种类	(986)
四、过境签证	(986)
五、签证的有效期	(987)
六、签证的停留期	(987)
七、签证的有效次数	(987)
八、申办外国签证的途径	(988)
九、外国驻华使领馆分区划分	(989)
十、入境许可证明	(989)
十一、申请签证所需证件资料	(990)
十二、申办签证的程序	(991)
十三、判断各国签证的难易程度	(992)
十四、反签证	(993)
十五、互免签证	(993)
十六、出入境的优惠待遇、差别待遇	(994)
十七、口岸签证	(994)
十八、前往未建交国家申请签证	(994)
十九、签证延期	(995)
二十、再入境签证	(995)
二十一、外国人应遵守所在国移民法律	(995)
第二节 出入境证件	(996)
一、国际通用出入境证件护照	(996)
二、中国出入境证件	(997)
三、香港出境证件	(999)
四、澳门出入境证件	(1003)
五、台湾出入境证件	(1005)
第三节 出入境检查	(1006)
一、边防检查	(1006)
二、海关检查	(1006)

三、安全检查	(1008)
四、卫生检疫	(1009)
第四节 签证国家	(1009)
一、日本 (JAPAN)	(1009)
二、韩国 R.O (KOREA)	(1014)
三、泰国 (THAILAND)	(1017)
四、马来西亚 (MALAYSIA)	(1020)
五、新加坡 (SINGAPORE)	(1022)
六、菲律宾 (PHILIPPINES)	(1023)
七、柬埔寨 (CAMBODIA)	(1026)
八、老挝 (LAOS)	(1026)
九、缅甸 (MYANMAR) (BURMA)	(1027)
十、英国 (UNITED KINGDOM)	(1028)
十一、法国 (FRANCE)	(1030)
十二、德国 (GERMANY)	(1033)
十三、意大利 (ITALY)	(1035)
十四、俄罗斯 (KUSSIA)	(1036)
十五、独联体各国	(1038)
十六、澳大利亚 (AUSTRALIA)	(1039)
十七、新西兰 (NEW ZEALAND)	(1040)
十八、中国 (CHINA)	(1042)
(一) 香港 澳门 (HONG KONG) (MACAO)	(1057)
(二) 台湾 (TAIWAN)	(1060)
 第三篇 旅行社有关的旅游纠纷	 (1069)
 第一章 旅游纠纷概述	 (1071)
一、旅游纠纷的含义	(1071)
二、旅游纠纷的种类	(1071)
三、解决旅游纠纷的方式	(1072)
第二章 旅游纠纷的仲裁	(1075)
一、国内旅游纠纷仲裁	(1075)
二、涉外旅游纠纷仲裁	(1079)
第三章 旅游经济纠纷仲裁	(1081)
一、旅游经济纠纷仲裁的概念	(1081)
二、仲裁的管辖和仲裁协议	(1082)
三、仲裁程序	(1083)

第四章 旅游纠纷的诉讼	(1086)
一、诉讼的概念	(1086)
二、诉讼的原则	(1086)
三、诉讼的权利	(1086)
四、诉讼的义务	(1087)
五、诉讼中值得注意的几个问题	(1087)
第五章 旅游经济纠纷诉讼	(1090)
一、旅游经济诉讼的概念	(1090)
二、旅游经济诉讼的原则	(1090)
三、案件管辖	(1090)
四、人民法院经济审判庭的收案范围	(1091)
五、旅游诉讼参加人	(1092)
六、国内旅游经济纠纷的诉讼程序	(1092)
七、审判监督程序	(1096)
八、特别程序	(1097)
九、涉外经济、旅游经济诉讼	(1097)
第六章 旅行社对旅游者损害的赔偿	(1100)
第一节 旅行社的权利与义务	(1100)
一、旅行社与旅游者的权利义务关系	(1100)
二、旅行社与相关行业部门的权利义务关系	(1101)
三、旅行社与旅游行政管理部门之间的权利义务关系	(1101)
第二节 旅行社的法律责任	(1102)
一、法律责任的概念	(1102)
二、旅行社法律责任分类	(1102)
三、旅行社承担法律责任的限度	(1103)
第七章 旅游纠纷案例	(1105)
一、旅游计划被取消, 责任谁担	(1105)
二、外国游客因何投诉	(1106)
三、误乘飞机, 怎么办	(1108)
四、回扣与小费	(1109)
五、明确责任, 合法索赔	(1110)
六、违背旅游约定, 责任归谁	(1112)
七、夜赏西陵峡	(1114)
八、旅行社责任未尽	(1115)
九、超标收费	(1116)
十、特殊案件特殊处理	(1118)
十一、旅行社盲目收费	(1122)
十二、导游职业道德	(1123)

十三、陪同不受欢迎	(1123)
第四篇 发展启示篇	(1125)
第一章 中国旅游业发展趋势	(1127)
第一节 确立支柱产业地位	(1127)
一、对几项经济指标的评估	(1127)
二、远期目标——2020 年	(1130)
三、多功能多目标体系	(1130)
第二节 树立可持续发展战略	(1132)
一、培育绿色观念	(1132)
二、推行绿色开发	(1133)
三、生产绿色产品	(1134)
四、开展绿色经营	(1136)
第三节 形成完善的旅游产业结构	(1136)
一、行业结构的优化	(1137)
二、市场结构的优化	(1138)
三、产品结构的优化	(1138)
四、行业联动，社会协作	(1139)
第四节 促进协调的区域发展	(1140)
一、政府主导型的旅游发展机制已经形成	(1140)
二、东西部的布局 and 关系	(1141)
三、区域旅游	(1141)
四、旅游城市的作用越来越大	(1142)
五、城乡互动	(1142)
第五节 完成集约型增长方式的转变	(1143)
第六节 开拓知识化管理之路	(1145)
一、从经验管理到知识化管理	(1145)
二、知识化管理的任务	(1146)
三、知识化管理的开拓	(1146)
第七节 突出文化性竞争	(1147)
一、文化性的竞争是竞争的根本	(1147)
二、在具体的发展过程中将会有四个注重	(1148)
第八节 开创国际化发展模式	(1149)
一、全面加强环境建设	(1150)
二、体制和机制的创新	(1152)
三、建设举国竞争体制	(1152)
第九节 建立规范的法治体系	(1153)
一、旅游立法体系化	(1153)

二、旅游执法权威化	(1154)
三、旅游法治体系的深化与扩大	(1154)
第十节 大中华旅游圈的兴起	(1155)
一、大中华旅游圈的概念	(1155)
二、发展前景的预测	(1155)
三、发展条件	(1155)
第二章 中国旅行社行业发展趋势	(1157)
第一节 中国旅行社业现存的问题	(1157)
一、发展阶段	(1157)
二、主要问题	(1158)
三、新时代之下的优势	(1159)
第二节 中国旅行社行业发展的十大趋势	(1160)
一、旅游方式小型化, 旅游时间常年化	(1161)
二、产品结构多样化	(1161)
三、产品品种细分化	(1163)
四、市场竞争白热化	(1163)
五、旅行社经营品牌化	(1165)
六、导游自由职业化	(1166)
七、市场营销网络化	(1166)
八、旅游服务社会化	(1167)
九、旅行社企业组织综合化	(1169)
十、行业结构合理化	(1170)
第三章 国际航空、旅游代理人分销系统 (GDS)	(1172)
第一节 国际航空、旅游代理人分销系统 (GDS) 的基本特点	(1172)
一、国际旅游、航空代理人分销系统的基本特征	(1172)
二、国际 GDS 系统中的角色分析	(1172)
三、国际旅游、航空代理人分销系统的市场优势	(1172)
第二节 国际 GDS 系统的起源与发展	(1173)
一、ICS——GDS 系统的起源	(1173)
二、CRS——ICS 的进一步发展, GDS 的前身	(1174)
三、GDS——国际航空预订系统的新发展	(1175)
第三节 我国旅游、航空运输业的基本关系及预订网络现状分析	(1178)
一、我国旅游业、民用航空运输业之间的关系发展	(1178)
二、我国旅游、民航预订网络现状分析	(1180)
第四节 GDS 对中国旅游业的潜在威胁	(1182)
一、国外 GDS 进军中国市场的可能性	(1182)
二、国外 GDS 进军中国市场可预见的市场后果	(1184)
第五节 中国 GDS 的国际竞争策略	(1185)

一、组建本国 GDS 的基本条件分析	(1186)
二、组建本国 GDS, 进行自我保护应把握的主要指导原则	(1187)
三、组建本国 GDS 的具体步骤	(1188)
第四章 旅游业电子商务	(1190)
第一节 电子商务概述	(1190)
一、什么是电子商务	(1190)
二、电子商务的发展过程、趋势	(1193)
三、中国电子商务发展状况及国际比较	(1194)
第二节 我国旅游业发展电子商务的可行性研究	(1196)
一、我国旅游业应用电子商务的必要性	(1197)
二、我国旅游业应用电子商务的可能性	(1198)
三、我国旅游业开展电子商务的紧迫性及现实意义	(1199)
第三节 我国旅游业电子商务基本框架构想	(1200)
一、世界电子商务基本市场角色构成	(1200)
二、我国旅游业电子商务现状	(1201)
三、我国旅游业电子商务基本框架构想	(1202)
第四节 现存问题及发展策略	(1204)
一、现阶段我国旅游电子商务存在的问题	(1204)
二、我国旅游业电子商务的发展策略	(1205)
第五章 他山之石	(1207)
第一节 世界旅游产品体系及其发展趋势综述	(1207)
一、世界传统旅游产品	(1207)
二、世界新兴旅游产品	(1209)
第二节 世界观光旅游产品及其发展	(1211)
一、传统观光旅游产品	(1211)
二、观光旅游产品的发展	(1212)
第三节 世界文化旅游产品及其发展	(1216)
一、世界传统文化旅游产品	(1216)
二、世界文化旅游产品的发展	(1221)
第四节 世界商务旅游产品及其发展	(1223)
一、世界传统商务旅游产品	(1223)
二、世界商务旅游产品的发展	(1225)
第五节 世界度假旅游产品及其发展	(1230)
一、世界传统度假旅游产品	(1231)
二、世界度假旅游产品的发展	(1233)
第六节 世界新兴旅游产品	(1235)
一、世界健康旅游产品	(1236)
二、世界业务旅游产品	(1240)

三、世界享受旅游产品	(1243)
四、世界刺激旅游产品	(1245)
附录 1 法律法规	(1252)
中华人民共和国公司法	(1252)
(1993 年 12 月 29 日第八届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过 根据 1999 年 12 月 25 日第九届全国人民代表大会常务委员会第十三次会议《关于修改〈中华人民共和国公司法〉的决定》修正)	
中华人民共和国合同法	(1281)
(1999 年 3 月 15 日第九届全国人民代表大会第二次会议通过)	
中华人民共和国反不正当竞争法	(1318)
(1993 年 9 月 2 日第八届全国人民代表大会常务委员会第三次会议通过)	
中华人民共和国消费者权益保护法	(1322)
(1993 年 10 月 31 日第八届全国人民代表大会常务委员会第四次会议通过)	
中华人民共和国会计法	(1329)
(1985 年 1 月 21 日第六届全国人民代表大会常务委员会第九次会议通过 根据 1993 年 12 月 29 日第八届全国人民代表大会常务委员会第五次会议《关于修改〈中华人民共和国会计法〉的决定》修正 1999 年 10 月 31 日第九届全国人民代表大会常务委员会第十二次会议修订)	
中华人民共和国公民出境入境管理法	(1336)
(1985 年 11 月 22 日第六届全国人民代表大会常务委员会第十三次会议通过)	
中华人民共和国外国人入境出境管理法	(1339)
(1985 年 11 月 22 日第六届全国人民代表大会常务委员会第十三次会议通过)	
中华人民共和国主席令第九十二号	(1342)
《中华人民共和国价格法》已由中华人民共和国第八届全国人民代表大会常务委员会第二十九次会议于 1997 年 12 月 29 日通过, 现予公布, 自 1998 年 5 月 1 日起施行。	
中华人民共和国价格法	(1342)
(1997 年 12 月 29 日第八届全国人民代表大会常务委员会第二十九次会议通过)	
旅行社管理条例	(1348)
(中华人民共和国国务院令第 205 号现发布《旅行社管理条例》, 自发布之日起施行。	
中华人民共和国国务院令第 263 号	(1353)
风景名胜区管理暂行条例	(1356)
(1985 年 6 月 7 日国务院发布)	
中华人民共和国公民出境入境管理法实施细则	(1358)
(1986 年 12 月 3 日国务院批准 1986 年 12 月 26 日公安部、外交部、交通	

部发布 1994 年 7 月 13 日国务院批准修订 1994 年 7 月 15 日公安部、外交部、交通部发布)	
中华人民共和国外国人入境出境管理法实施细则	(1362)
(1996 年 12 月 3 日国务院批准 1986 年 12 月 27 日公安部、外交部发布 1994 年 7 月 13 日国务院批准修订 1994 年 7 月 15 日公安部、外交部发布)	
中华人民共和国出境入境边防检查条例	(1369)
(1995 年 7 月 20 日国务院发布)	
中国公民往来台湾地区管理办法	(1374)
(国务院第 93 号令)	
中国公民自费出国旅游管理暂行办法	(1379)
(国务院 1997 年 3 月 17 日批准, 国家旅游局、公安部 1997 年 7 月 1 日发布)	
旅行社管理条例实施细则	(1381)
(1996 年 11 月 28 日国家旅游局发布)	
国务院办公厅关于对旅行社实行质量保证金制度的复函	(1389)
(1994 年 9 月 15 日 国办函 [1994] 98 号)	
旅行社质量保证金暂行规定	(1390)
(1995 年 1 月 1 日 国家旅游局局长令 (第 1 号) 发布)	
旅行社质量保证金暂行规定实施细则	(1391)
(1995 年 1 月 1 日 国家旅游局局长令 (第 2 号) 发布)	
旅行社质量保证金赔偿暂行办法	(1395)
(1997 年 3 月 27 日国家旅游局发布)	
旅行社质量保证金赔偿试行标准	(1397)
(1997 年 3 月 27 日国家旅游局发布)	
旅行社经理资格认证管理规定	(1399)
(1997 年 5 月 8 日国家旅游局发布)	
旅行社办理旅游意外保险暂行规定	(1402)
(1997 年 5 月 13 日国家旅游局发布)	
旅游投诉暂行规定	(1405)
(1991 年 6 月 1 日 中华人民共和国国家旅游局发布)	
旅游安全管理暂行办法	(1408)
(1990 年 2 月 20 日国家旅游局发布)	
旅游安全管理暂行办法实施细则	(1410)
(1994 年 1 月 22 日 国家旅游局颁布)	
关于外国企业在中国设立旅游常驻代表机构的审批管理办法	(1413)
(1994 年 5 月 5 日 国家旅游局发布)	
关于商品和服务实行明码标价的规定	(1416)
(1994 年 2 月 25 日国家计委计市场 [1994] 220 号发布)	
关于商品和服务实行明码标价的规定实施细则	(1418)
(1994 年 3 月 3 日国家计委发布)	

附录2 中国旅行社名录	(1422)
一、北京市	(1422)
二、天津市	(1439)
三、河北省	(1448)
四、山西省	(1459)
五、内蒙古自治区	(1465)
六、辽宁省	(1470)
七、吉林省	(1483)
八、黑龙江省	(1488)
九、上海市	(1497)
十、江苏省	(1514)
十一、浙江省	(1533)
十二、安徽省	(1555)
十三、福建省	(1564)
十四、江西省	(1576)
十五、山东省	(1584)
十六、河南省	(1598)
十七、湖北省	(1606)
十八、湖南省	(1620)
十九、广东省	(1632)
二十、广西壮族自治区	(1661)
二十一、海南省	(1674)
二十二、重庆市	(1685)
二十三、四川省	(1694)
二十四、贵州省	(1709)
二十五、云南省	(1714)
二十六、西藏自治区	(1733)
二十七、陕西省	(1736)
二十八、甘肃省	(1743)
二十九、青海省	(1747)
三十、宁夏回族自治区	(1749)
三十一、新疆维吾尔自治区	(1751)
三十二、台湾	(1756)
三十三、香港特别行政区	(1769)
三十四、澳门特别行政区	(1780)

第十章 旅游应用文

第一节 绪论

旅游应用文包括汉语应用文写作及;口语表达两部分内容,旨在介绍旅游应用文写作知识与口语表达的基本要求,提高学员汉语书面语及口语表达能力,以适应旅游服务、管理、经营等工作的需要。

一、旅游应用文写作

(一)旅游应用文的性质和特点

旅游应用文的特点,既具有应用文体的共性,又有其自身的个性。所谓共性,是指旅游应用文是应用文总体的一部分,可以具有应用文体的一般特点,写作中应符合应用文体的共同要求;个性则是指旅游应用文在文体结构、语言材料、表达手法等方面,还必须适应旅游工作的规律和要求。概括起来,旅游工作的这一特性决定了旅游应用文具有以下四个特点。

1. 广泛性

所谓广泛性是说,旅游应用文适用的范围广,除用于旅游专门业务工作外,还用于经济、文化、法律、行政等与旅游有关的工作。例如,旅游管理机关为组织和领导旅游工作要写决定、决议、通报、请示、批复、会议纪要等;对旅游资源进行开发,对旅游管理、服务工作加以总结,就要写计划、总结等;旅游企业之间为了搞好生产、供销、劳务等的协作,往往要签订合同;对旅游发展状况进行调查研究,要写调查报告、论文;进行日常事务联系,要写书信、电报、条据,等等。这些都是整个旅游工作的一部分,服务于它们的应用文都应该包括在旅游应用文之内。因此,不能把旅游应用文的范围理解得过于狭小。

所谓综合性是说,旅游应用文具有多种应用文的特点。它既有行政应用文的严肃性、针对性,又有财经应用文的政策性、效益性;既有文教应用文的说明性、解释性,又有日常应用文的广泛性、个体性,等等。至于导游词鲜明的形象性和浓厚的趣味性,旅游指南丰富的知识性和可行性,以及旅游广告强烈的诱发性和审美性等,更是旅游应用文的突出特点。

旅游应用文使用范围广,使用频率高。例如,进行日常事务联系,要写书信、电报、条

据,要发通知、启事、聘书等;开展专项业务活动,要写商品说明书、解说词、广告文等;为了搞好经营,要签订协议书、合同书;进行市场调查,要写市场调查报告等;建立规章制度,制订计划、总结工作,进行业务活动,更是离不开公文等。这些都是整个旅游工作的一部分,服务于它们的应用文都应该包括在旅游应用文之内。因此,旅游应用文具有广泛性的特点。

2. 实用性

所谓实用性是说,旅游应用文的写作是为了解决实际问题或达到某种目的,它对象明确,实用价值大,对于提高旅游管理、服务水平,具有十分重要的作用。

例如,为了使旅游业的发展能够适应社会主义市场经济的需要,我们必须坚决贯彻党和国家的方针和政策,公文则是传达政策、法令,处理业务的依据。我们必须要认真对旅游市场调查研究,准确把握旅游市场方向,写出具有针对性和目的性的市场调查报告;及时总结经验、教训,写出有分量的总结、分析,掌握旅游业发展的规律。同时,我们还必须抓好旅游业的“软件”建设,提高服务质量,拟定一整套行之有效的规章制度,使旅游服务标准化、规范化和科学化。

由此可见,旅游应用文在旅游管理和经营中,具有实用性的特点。

3. 综合性

所谓综合性是说,应用文种类较多,在内容、格式等方面有自己的特点和要求。为了适应不同领域、不同部门和不同行业的需要,作者必须掌握相应的应用文文体的特点和要求,写出切合实际的应用文。旅游业工作的综合性比较强,它涉及到政治、经济、文化等许多部门,同外事、财经、司法等有着密切的联系。因此,旅游应用文自然就具有多种应用文的综合性特点。它既有旅游专业应用文的专业性、针对性,又有日常类应用文的广泛性、个体性;既有公务类应用文的严肃性、法规性,又有经营类应用文的政策性、效益性。旅游业工作的特殊性,使旅游应用文具有综合性的特点。

4. 程式性

所谓的程式,即惯用的格式。应用文在长期的使用过程中,逐渐形成了一些固定的格式和某些习惯用语。旅游应用文属于应用文体的一个分支,同样也具有一定的程式性。例如,书信的写法,书信上的收、寄人的姓名、地址都有一定的规定;各种规章制度一般都是条款式;合同书的结构更是相对固定;行政公文的格式必须严格按照国家的有关规定,用语也有一定的规范。旅游部门与国际交往比较频繁,凡涉外的应用文还应遵照不同国家的要求撰写。这些相对固定的格式和习惯用语,是根据应用文各自的特殊性和针对性而约定俗成的,一旦形成,又对应用文的写作起一定的制约作用。因此,旅游应用文的程

式性这一特点是不可忽视的。

从以上几个特点中,我们可以看出旅游应用文的种类是很多的,而且作为一项新兴的事业,旅游工作正在不断发展,还将会涌现出新的应用文品种,因此,我们认为现在不必急于对它们进行具体细分。本书就目前旅游部门经常运用的应用文加以介绍说明。

(二)旅游应用文的语体特征

学习应用文写作,不仅需要了解各种应用文文体的性质、特点、格式,同时还应掌握好其语体特征和要求,才能写出合乎规范的应用文。

旅游应用文的语体特征,主要表现在以下几个方面:

1. 求实

求实就是实事求是,讲求实用,讲求实效。应用文是要解决各种实际问题的,因此在写作中要特别讲究“实”。具体说来,就是情况和材料要真实可靠,不应有任何想象虚构的成份;分析和推断要符合实际,不应带上主观随意色彩;措施和办法要切实可行,不应是不切实际的空想;文字表达要质朴平实、不务饰藻,力求做到文实相符。这样写出来的文章,才有实用价值。为此,就必须有正确的观点和方法,有较高的政策水平和理论水平,就必须熟悉业务,深入实际,掌握有关的业务知识和实际情况,并善于吸收国外的新鲜知识和新鲜经验,富于改革开拓的精神。此外,还必须认真严肃的写作态度、朴朴实实的文风,彻底清除讲大话、假话、空话、套话的“党八股”、“帮八股”的流毒。

2. 得体

得体就是根据目的、对象等的不同情况,选取恰当的文体和表达方式。老舍先生曾经说过这样的话:“要写一篇会务报告,我们就用浅显明确的文字;要写一篇浪漫主义小说,就用极带感情的文字……写信给父母要钱,我们顶好老老实实在地陈述,假若给他老人家写一些散文诗去,会减少了要到钱的希望的。”(《散文不“散”》)这里讲的实际上就是一个“得体”的问题。

要做到得体,就要选对应用文的具体文种。应用文的各个文种都同特定的使用范围 and 对象紧密联系的。以公文为例,“指示”用于上级对下级发出某种指导性意见;“报告”用于下级向上级汇报工作、反映情况;“请示”尽管也要反映情况,但主要用于要求上级就某个请示问题给予答复;各有各的应用范围,绝不可用错。国家机关向国内外宣布重大事件用“公告”,企事业单位或个人要宣布重要事情,就不可用“公告”,只能发一个“重要启事”。

要做到得体,还要正确地运用某些固定格式和习惯用语,行文措辞要切合特定的阅读对象,这样才便于表达相应的内容,提高办事效率,发挥应有作用。

3. 明确

明确就是准确、明白。叶圣陶先生在谈到公文语言时说：“公文不一定要好文章，可是必须写得一清二楚，十分明确，句稳词妥，通体通顺，让人家不折不扣地了解你说的是什么。”（《公文写得含糊草率的现象应当改变》）准确、明白、通顺，可以看作是一切应用文在语言运用方面的基本要求。

准确。所引述的材料要确凿无误，人名、地名、事例、数字、引语等，都要经过认真核对，不可有丝毫差错。在旅游指南和导游词等应用文中，适当引用一些诗词楹联，可以增添游兴，但一定要准确。有人介绍宁波天一阁，引用其中的一副名联“此地有崇山峻岭茂林修竹，其人读三坟五典八索九丘”，却把下联的“其”误作“异”，使人感到莫名其妙，这样就不好。语言的表达要恰如其分，一是一，二是二，是几分就是几分。现在有一种风气，什么都加上“基本”或“基本上”。“基本”或“基本上”不是不可用，但要用得合适。顾客反映你们餐厅有苍蝇，有就是有，没有就是没有，不能来一个“基本属实”。

明白。所表达的意思要让人容易懂得，避免含糊、费解或歧义。某宾馆员工守则规定“第一线服务员都应努力掌握有关外语的日常用语”。这“有关外语的日常用语”就令人费解，如果改为“外语日常用语”，意思就清楚了。又如有一本旅游指南这样写：“广东四大园林之一的可园，离太平镇只29里的莞城县，园内亭台楼阁，设计独特，颇具古朴气氛。”“可园”同“莞城县”是什么关系，从语法结构看，只能是并列关系，而联系下文来看，则“可园”是位于“莞城县”内。这就让读者捉摸不清究竟是怎么回事。

通顺。不通顺的语句，不但让人读来别扭，而且往往妨害语意的明确表达。此外，标点的正确运用，也不容忽视。这说明，要写好应用文，必须练好语言运用的基本功。

4. 简要

简要就是简练扼要。应用文要实用，讲效率，历来都讲究简要。刘勰《文心雕龙·书记》在谈到书信等应用文时说：“随事立体，贵乎精要”，就指出了应用文写作的这一要求。我们党和政府对此也十分重视。《国家行政机关公文处理办法》指出，草拟公文应注意“文字要精练”，“篇幅要力求简短”。

简要包括内容和表达两个方面。首先是内容要简要。这要求作者在执笔之前要对内容做一番认真的筛选、取舍工作，弄清楚哪些必须写，哪些不必写，哪些可写可不写。可写可不写的内容，以不写为宜。对于必须写的内容也不可等量齐观，而应进一步分清主次轻重，对次要内容下笔尤要节省。这一步工作做好了，简要的问题就解决了一大半。有人不管写什么，一开头总来一段大好形势，而没有认真想一想，究竟有没有必要写，要不要写那么多，就在于这一步工作没有做，或没有做好。

其次是表达简要。应用文要求用简洁的语言来表述思想,说明事理,而不要像文学作品那样进行形象描绘或酣畅抒情。表达简练,看似容易,其实需要长期训练才能达到。叶圣陶先生曾经修改过一篇教师的工作汇报,经修改后的文字比原文简练得多。下面引一段作比较:

原文:在向學生提出“看題作文”的要求的同时,我也向自己提出批改的要求,其中有一条,我叫做“看題改文”,也叫“看題批改”,又叫做“看文批改”。

改文:我要求学生“看題作文”,要求自己“看文批改”。

文字少了,意思表达得更为显豁明快。我们可以从中体会到如何做到表达简练。

除上述四点要求外,应用文写作在时间上还要做到及时,及时写,及时发,不要贻误时机。

二、口头语言表达

口头语言又可简称之口语。表面看来,只要是言语功能正常的人都具有口语能力,但是,在社会生活中,人们的口语表达能力却有高有低,表达效果有好有坏。即使是同一个意思,不同的人用不同的口语表达,其效果会有很大的差异。我国有一句谚语:“良言一句三冬暖,恶语半句六月寒。”说得就是这个道理。有些职业的工作性质,似乎与口语表达没有直接的关系,但是,在日常生活和工作中,总要与他人进行交际,如果不能掌握一定的口语艺术,将会直接影响到人际关系,影响正常的感情交流。

人们称旅游业是“友好的职业”,旅游工作者是“友好的使者”。口语表达是“使者”工作的重要工具,与国内外及社会各界进行广泛的交际活动,是离不开口语表达的。具有较高的口语表达能力和艺术水平已经成为从事旅游工作的重要条件,也成为衡量旅游从业人员工作能力、水平的重要尺度。因此,旅游工作者必须努力提高自己的口语表达能力和艺术水平。

学习口语表达知识,提高口语表达能力和艺术水平,应注意以下几个方面:

- (1) 明确目的,树立学习口头表达的自觉性、主动性和紧迫感。
- (2) 以基础理论为指导,在实践中坚持进行经常、大量、系统、科学的训练,主动到各种言语活动场合去检验、磨炼。
- (3) 从专业工作的需要出发,对自己现有的口语水平作出客观、正确的估价,找出差距,制订措施,增强学习锻炼的针对性。
- (4) 要勤于观察,善于思考,多听、多思,积极学习、借鉴他人口语表达的优点,弥补自己的不足。

本课程具有较强的科学性、专业性、实用性。因此,在学习过程中,应根据专业工

作的需要,不仅要掌握好各种基础理论知识,重要的是多动脑、多动手、多动口,在实践中锻炼和提高自己的应用文写作、口语表达能力。

第二节 专用书信

专用书信是具有专门用于某种需要,有特定作用的书信,内容比较单一,大量使用于单位之间或单位与个人之间。

专用书信的结构格式同事务书信大致相同,一般也包括称谓、正文、结束语、具名、日期等几部分,只是专用书信要标明书信的名称,如“证明信”、“申请书”等用大一些的字体书写在第一行正中,专用书信多数具有特定格式和习惯用语,有些可以事先印制,用时只需填上有关内容即可,如介绍信、请柬、聘书等。

专用书信大约有 20 多种类型,这里只介绍常用的介绍信、证明信、邀请信、请柬、聘书等。

一、介绍信

介绍信是以组织名义介绍本单位人员前往有关单位接洽事务、了解情况、参观学习或出席会议等所写的一种专用信件,具有介绍和证明的双重作用。

现在大多数单位都有预先印好的介绍信,留有存根,并有编号,需要时只要逐项填写即可(见例 1);如没有印好的,则可用一般公文信纸临时开具(见例 2)。介绍信应写明被介绍人的姓名,接洽什么事项,有什么要求。如有必要,还应写明被介绍人的政治身份和职务。同行者不止一人,可写上一位负责人的姓名,然后写上总人数,如“×××等 3 位同志”。有的介绍信有使用时间的限制,写上“有效期×天”。不论是印好的,还是临时开具,都须在具名处加盖公章,方始有效。

例文一

介绍信(存根) ×字××号 ×××等× 人前往×××× 联系×××× 199×年×月×日 (有效期×天)	介绍信 ×字××号 ×××× 兹介绍我社×××等×位同志前往你处联系××××事宜,请予接洽并协助为荷 此致 敬礼 ××旅行社(盖章) (有效期×天) 199×年×月×日
---	---