

高职高专 **经管类**
专业核心课程教材

商务写作与实训

● 熊越强 主 编

● 王再新 刘新良 副主编



清华大学出版社

高职高专 **经管类** 专业核心课程教材 

商务写作与实训

全面性：

介绍了商务写作基础知识以及在商务活动中使用频率较高的商务公务文书、商务事务文书、商务策划调研文书、商务公共关系活动文案、涉外商务文书、商务公关礼仪文书、商务信息传播文书、工商审计税务类文书等多个文种的基本知识与规范的写作模式。

新颖性：

围绕教学内容，精心配置了大量一线的新颖案例，每章均以提出学习目的与要求开始，每节后附有思考与练习及情景模拟写作实训。

实用性：

作者从“理论够用为度，重在实践技能”的教学目标出发，注重对读者实际商务写作能力的培养。

本教材配有电子课件供任课教师免费使用
下载地址：www.tup.com.cn

ISBN 978-7-302-18285-6



9 787302 182856 >

定价：32.00元

高职高专 经管类 专业核心课程教材

内容简介

参考文献

商务写作与实训

○ 熊越强 主 编
○ 王再新 刘新良 副主编

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书介绍了商务写作基础知识以及在商务活动中使用频率较高的商务公务文书、商务事务文书、商务策划调研文书、商务公共关系活动文案、涉外商务文书、商务公关礼仪文书、商务信息传播文书、工商审计税务类文书、商务论文等多个文种的基本知识与写作规范,配合理论知识选取丰富的案例进行阐述,案例新颖多样,均来自于近年来的实际工作。每章均以提出学习目的开始,节后附有思考与练习以及情景模拟写作实训。

本书配有与教材配套的教学素材,其中有大量的来自于现实工作的案例资料和电子课件,便于直观、形象、生动地教学和学习。

本书格式规范、体例新颖、案例丰富、实用性强。通过本书的学习,读者能在商务活动中得心应手、提高办事效率,为事业成功奠定良好的基础。

本书可作为高职高专企业经营管理类专业的教材,也可作为秘书、公共关系、广告、市场营销、人力资源、国际贸易等行业的从业人员的学习参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

商务写作与实训/熊越强主编. —北京:清华大学出版社,2008.9

高职高专经管类专业核心课程教材

ISBN 978-7-302-18285-6

I. 商… II. 熊… 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 115164 号

责任编辑:凌永照 胡连连 霍岩岩

责任校对:袁 芳

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京国马印刷厂

装 订 者:三河市李旗庄少明装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:23 字 数:529 千字

版 次:2008 年 9 月第 1 版 印 次:2008 年 9 月第 1 次印刷

印 数:1~6000

定 价:32.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:030151-01

前言

商务写作与实训

第 1 章 绪论

商务写作是商务工作者必须掌握的一种写作方法,是提高工作效率、有助于事业成功的有效途径。熟练掌握商务写作的基本知识和规范格式,对组织的业务往来、社会交往、合作协调、信息传播、经营管理等的高效进行有着非常重要的作用。

本书综合性强、适用面广,与目前已出版的大多数应用写作书籍兼容。本书创新性,将理论与实训紧密结合,将基础写作理论与写作实训内容相结合,使理论和现实工作紧密结合,并服务于现实工作,培养学习者的动脑、动手能力,提高写作水平,为学习者奠定良好的商务写作基础。

本书旨在培养学习者对商务活动中使用频率较高的商务公务文书、商务事务文书、商务策划调研文书、商务公共关系活动文案、涉外商务文书、商务公关礼仪文书、商务信息传播文书和工商审计税务类文书中的多个文种的写作技能。让学习者了解各类商务文书在商务活动中运用的广泛性和多样性;结合大量从企业第一线收集的写作案例进行深入浅出的剖析和总结,增强学习写作的指导性和可操作性;通过各类文书的写作要求进行对比介绍,使读者掌握不同应用文种体例结构的特点和写作规律;最后以情景模拟写作实训巩固学习者对商务文书写法技能的掌握,目的是让学生在将来的工作中能熟知各种常用商务文书的写法,以增强解决实际问题的能力,使读者真正获得“即学即用”的能力。

为丰富讲授者的教学手段,拓展学习者的学习空间,本书为教师配套开发了商务写作案例解析集、多媒体课件,便于直观、形象、生动地教学和学习。(下载网址:www.tup.com.cn)

本书是 21 世纪广西高等教育教学改革工程“十一五”优秀教材立项项目成果。本书由该项目负责人桂林航天工业高等专科学校熊越强副教授担任主编,由该校王再新、刘新良老师担任副主编。熊越强老师是广西壮族自治区优质文秘专业学科带头人,广西壮族自治区公共关系学精品课程负责人,先后编写出版了《经济管理应用文写作》、《公共关系实务》、《社交礼仪教程》等多部著作。

本书全部由桂林航天工业高等专科学校的中青年教师完成编写任务,具体编写分工如下:王再新负责编写第一、二、三章,第四章中的第四、五、九节;罗香妹负责编写第四章第一、二、三、六、七、八节;熊越强负责编写第五章;阳正义负责编写第六章;黄丽负责编写第七章;刘新良负责编写第八章;陈辉负责编写第九章。全书由熊越强策划和统稿并提供部分从企业收集的案例。

感谢桂林航天工业高等专科学校张昌年校长、罗国湘副校长对本书编写的大力支持,

本书在编写过程中,参阅了部分国内外相关的教材、资料,获得了启发和借鉴,在此一并向有关人士致以诚挚的谢意!

由于编者水平有限,加上时间仓促,书中难免存在不当之处。恳请同行专家、读者多提宝贵意见,以便及时修正、完善。

编者
2008年6月

目 录

130	商务写作与实训	第一章 商务写作基础知识与技能	1
131	第一节 概述	第一节 概述	1
131	第二节 主题	第二节 主题	7
131	第三节 材料	第三节 材料	10
131	第四节 结构	第四节 结构	11
131	第五节 语言和表达方式	第五节 语言和表达方式	16
132	第二章 商务公文文书写作与实训	第二章 商务公文文书写作与实训	25
132	第一节 概述	第一节 概述	25
132	第二节 决定	第二节 决定	39
132	第三节 公告、通告、通知	第三节 公告、通告、通知	41
132	第四节 通报	第四节 通报	51
132	第五节 报告	第五节 报告	54
132	第六节 请示、批复	第六节 请示、批复	58
132	第七节 意见	第七节 意见	63
132	第八节 函	第八节 函	67
132	第九节 会议纪要	第九节 会议纪要	71
132	第三章 商务事务文书写作与实训	第三章 商务事务文书写作与实训	75
132	第一节 概述	第一节 概述	75
132	第二节 计划	第二节 计划	76
132	第三节 总结	第三节 总结	83
132	第四节 调查报告	第四节 调查报告	90
132	第五节 述职报告	第五节 述职报告	96
132	第六节 会议记录	第六节 会议记录	103
132	第七节 规章制度	第七节 规章制度	108
132	第四章 商务策划调研文书写作与实训	第四章 商务策划调研文书写作与实训	124
132	第一节 概述	第一节 概述	124

第二节	商品说明书	126
第三节	广告文案	131
第四节	招标书和投标书	139
第五节	经济合同	146
第六节	市场调查报告	155
第七节	市场预测报告	161
第八节	市场营销策划书	167
第九节	经济活动分析报告	175
第五章	商务公共关系活动文案写作与实训	182
第一节	概述	182
第二节	公关策划方案	184
第三节	邀请函	200
第四节	招商简介	203
第六章	涉外商务文书写作与实训	210
第一节	概述	210
第二节	涉外函电	212
第三节	涉外经济合同	220
第四节	涉外商情调研报告	230
第七章	商务公关礼仪文书写作与实训	235
第一节	概述	235
第二节	求职信、自荐书、申请书	237
第三节	演讲稿	242
第四节	邀请函、请柬、聘书	248
第五节	贺信、贺电、贺词、欢迎词、欢送词	253
第六节	介绍信、证明信、感谢信、表扬信、慰问信	260
第七节	启事、声明、海报	264
第八章	商务信息传播文书写作与实训	270
第一节	概述	270
第二节	经济消息	274
第三节	经济通讯	288
第四节	简报	302
第五节	大事记	307
第六节	宣传单页	309
第七节	对外宣传册	312

第九章 工商、审计、税务类文书写作与实训·····	318
第一节 企业工商类文书·····	318
第二节 企业审计类文书·····	330
第三节 企业税务类文书·····	347
参考文献·····	359

第一章

商务写作基础知识与技能

学习目的

通过本章的学习,学生了解商务写作的基础知识;认识《商务写作与实训》课程的性质和作用;了解商务写作的内容;掌握提高商务写作能力的基本方法。

重点

商务文书的类型和结构。

难点

商务写作的技巧、步骤和要求。

第一节 概述

一、商务写作的概念

商务写作是指人们在商务活动中所从事通用文书和各种实用文书的写作。商务写作融现代的商务工作内容和系统的写作原理、知识、技能于一体,是现代写作学理论在商务工作领域里的特殊应用。它是现代写作学的一个重要组成部分,属于专业实用写作(又称专业应用写作)的范畴。

商务写作的产生、发展、演变和规范,与经济学、秘书学、管理学、文书学、语言学、信息学、逻辑学、大众传播学等有着密切的关系,是创造性地吸取这些学科的成就,同时又有着自己独立学科体系的一门现代人文社会科学,是人文社会科学范围内的应用学科。

二、商务写作的基本特征

1. 实用性 实用性是商务文书最大、最本质的特点。它是为了解决实际问题或达到某种目的而写,对象明确。这也是它区别于其他文体的主要标志。比如,写一篇请示,是为了向上级请求

指示或批准办理某一事项;写一篇民事诉状,是为了解决所发生的纠纷。而文学作品则不同,文学作品以审美为宗旨,关注的是人的精神与灵魂,内容上注重创新,形式上不拘一格,多数作品都是超越功利性和实用性的。

2. 真实性

文学作品的真实是艺术的真实。它源于生活,而又高于生活。商务文书为解决实际问题而写,强调的是方针政策表述的准确性和客观事实陈述的真实性。一切从实际出发,按照客观规律行文,事实确凿可信,统计数据准确无误,有根有据,这是商务文书写作对真实性的基本要求。

3. 时效性

就文书对读者作用的时效性而言,文艺作品和部分政论文可超越时空而传之久远,依然具有认识价值、教育作用和美感效应。而商务文书或为新近发生的事实而写,或为解决处理某些问题而写。其作品是限时而写,限时发挥效用,否则就失去了直接的社会功用。

4. 思维的逻辑性

思维的逻辑性,是指在撰写商务文书时,要讲究逻辑。体现在文书的结构上,要条理清楚,段落之间具有明显的逻辑关系;陈述的事项界限清晰,不交叉;内容前后讲究因果,材料能够证明观点。虽然商务文书在撰写过程中也有运用形象思维的时候,但多数文体是以具体的事件(或问题)为中心,在阐述观点,分析前因后果、现象和本质时,采用的多是逻辑思维的方式。

5. 格式的稳定性

格式是在长期的写作实践中形成的,如果逐渐为大家所接受,约定俗成,就成为惯用格式;如果格式被法定固化,就称为规范格式。商务文书多数有惯用格式,其中商务公文文书具有法定的规范格式。商务文书的格式的稳定性,使不同的文种清晰醒目,便于写作、阅读、承办、归档、查询和利用,从而达到行文的目的。格式的稳定性是商务文书特有的属性之一。

6. 应用的广泛性

与其他文体相比,商务文书有广泛的使用领域,不同行业、部门都可以使用;商务文书使用频率最高,如广播、电视、报纸等一刻不停地传播着新闻、广告等各种信息,各信息网络和渠道传递着公务文书,各政、事、企业单位办公室案头上堆满了各类专用商务文书,邮局和计算机网络上传递着日常生活中的书函信札及各种信息资料等。

三、商务写作的类型

商务写作的应用范围十分广泛,它涉及各行各业的公务文书和各种实用文体的写作,渗透到政治、经济、军事、科技、文化等各个领域以及业务工作和日常生活的各个方面,种类繁多。商务写作一般分为以下六大类。

1. 商务公文文书类

商务公文文书类是商务写作的主体。公务文书在格式上有明确的规定,“工具”的作用表现得最为明显,是商务人员必须重点掌握的一类文体。本书主要介绍决定、公告、通告、通知、通报、报告、请示、批复、意见、函、会议纪要 11 种。

2. 商务事务文书类

商务事务文书类是商务写作的又一重要组成部分,主要包括计划、总结、调查报告、工作报告、述职报告、会议记录、规章制度等。

3. 商务策划调研文书类

商务策划调研文书类是商务文书写作的重要内容之一。商务策划调研文书主要有商品说明书、市场调查报告、市场预测报告、招标书和投标书、经济合同、经济活动分析报告、市场营销策划书、广告文案等。这是新时期经济工作中使用频率较高的一类文体。

4. 涉外商务文书类

随着经济全球化趋势的发展,对外交往逐渐增多,涉外商务活动成为企业工作的重要组成部分,按照国际惯例办事的要求也越来越明显。涉外商务文书成为企业沟通信息、协调内外的主要媒介。涉外商务文书主要包括涉外函电、涉外商情调研报告、涉外经济合同等。

5. 商务礼仪类

商务礼仪文书主要有求职信、自荐书、申请书、演讲稿、邀请函、柬帖、聘书、贺信、贺电、贺词、欢迎词、欢送词、介绍信、证明信、感谢信、表扬信、慰问信、条据、启事、声明、海报、商务公共关系活动文案等。这类体裁的文书一个鲜明特点是:针对不同的对象,讲究一定的礼仪规矩。如果措词失礼、失体,往往会造成不良后果。

6. 商务信息传播文书类

商务信息传播文书主要包括经济新闻、经济通讯、简报、大事记、宣传单页、对外宣传册等。这类文书具有很强的时效性,是现代企业传播经营理念、树立良好形象的重要工具。

四、商务写作的功能

商务文书是在商务活动中为适应社会需求或经济、科技、社会发展需要而撰写的,其功能表现具体而明确。主要表现在以下几方面:

1. 实用功能

商务文书的撰写目的在于能够帮助企业解决商务活动中产生的各种问题,维护企业的合法权益,促进企业经营健康有序地开展。比如广告文案,无论商业广告文案还是公益广告文案,也无论其以文字、图片形式出现在报纸杂志上,还是以声像形式出现在影视上,或是以广播或网络形式传播,都是将广告中的商务信息传递给受众,从而实现其经济和社会价值;公文文书就是通过特定范围内的传播,实现公文的价值和功能;经济类文书,无论是经济活动分析报告、预测报告,还是经济合同,也是在不同范围或程度上进行信息传播和机制运行,才能实现其经济和社会效益。所以,商务文书具有广泛的实用性。

2. 传播功能

自从人类进入了知识经济和信息社会新时期,传播知识和信息的最好媒介就是文书。大凡有价值的文书,都具有信息承载和传播功能。商务文书因其实用性强,内容表达直接,因此其传播的功能和效用更加突出。商务文书因其承载一定的信息量,具有传播的必要,同时也因为传播才实现其自身的价值。

3. 联系功能

商务文书的联系功能是与其传播功能相关联的。传播的目的是加强人与人、部门与部门、区域与区域、国家与国家之间的联系。联系是文书传播作用的直接结果。一纸经济合同可以把两个经济实体联系起来,甚至可以把多个厂家或营销机构组合成大的联合公司或企业集团;一个广告文案可使企业和千万顾客关联起来;一份公务文书可把不同机构或个人,以某一特定意义联系起来,从而实现某一特定目的。很难想象,如果失去商务文书这一重要联系工具,整个社会生活的组织、运转和发展,将面临怎样的窘境?

4. 规范功能

从某种意义上讲,任何类别的文书都对人们的行为和社会运作有规范和控制的作用,但不同文体文书对人们的行为和社会运作规范和控制的方式和特点是不一样的。商务写作文体的规范功能表现得具体而明确。例如,商务公务文书的规范功能是直观明确且具法定效力的;商务事务文书同样具有规范功能:计划一旦制定并付诸实施,具有约束力和规范性;规章制度文书无论其行文依据还是对人们行为的约束规范都是以法律为准绳的。即使看似规范性并不直观的经济新闻也是因事而发,有感而发,有明显的舆论导向,会有“必须如何做”的规范意味。

五、商务写作的构成要素

一篇完整的商务文书,通常由五个要素组成:主题、材料、结构、语言与表达方式。

1. 主题 主题即主旨,是商务文书的中心意思,是作者的意图、主张或看法在文书中的体现。在五个要素中,主题占据核心地位,它是文书的灵魂和统帅。商务写作,要求主旨正确、务实、集中、鲜明。

2. 材料

材料是构成商务文书内容,形成、支撑并表达主旨的各种事实与理论。善于从材料出发,注意让材料说话,才能言之有据,言之有物,写出内容充实、丰富,有较强说服力的文书。从材料本身的形态来看,分为事实材料与理论材料两大类型。如果再作进一步划分,事实材料则有事件与情况、实物与现象等,理论材料则有方针、政策、规定及概念、原理、学说等。从材料的来源来看,有第一手材料和第二手材料之分。不同类型的材料往往要通过不同的途径获取,观察、实验和调查是在实践中获取事实材料的主要途径,是得到宝贵的第一手资料的重要渠道;查阅文献则能够集中获取理论材料,第二手材料主要由此得到。如果把主题比喻为灵魂,那么材料则是血肉。

3. 结构 结构是骨架。简单地说,结构是商务文书的内容构造;安排结构,就是根据主旨表达的需要,合理地组织材料。从根本上说,结构合理就是指结构的安排符合客观事物的构成和发展规律。就其本质而言,商务文书应该是由逻辑构成,而逻辑构成则要讲求严谨性,而不能流于松散无序。固定是商务文书结构的一个重要的特点。在长期的写作实践中,各类商务文书大都形成了统一的构成格式。程式化是文艺创造所应力避的一种倾向,但却是商务写作所不能背离的规律。结构固定,格式规范,是各类商务文书非常重要的一个特征。

4. 语言与表达方式

语言是思想的外衣、信息的载体、交际的工具,离开语言,写作就无法进行。商务文书的语言准确除了指用词造句恰当、贴切、得体之外,还有其特殊的含义。首先,专业术语和行业用语的大量使用,会增强商务文书语言的准确性。专业术语和行业用语,是指用于特定的学科、专业领域或社会行业的意义确定的专门性词语。任何商务文书的语言,都应当具有简明性。要高效、快速地传递信息就必须语言简明,就是用最少的语言,把最多的信息明明白白地传递给读者。其次,语言要平实自然、晓畅易懂。商务文书语言的平易首先表现在用语的直白上。商务文书特别是用于商务活动的商务文书大都应带有一种庄重的风格,而语言的庄重正是形成商务文书的庄重风格最为重要的因素之一。风格要平直朴实庄重,表达要规范准确简练。表达方式,指撰写文书所采用的表达方法和形式,它分为叙述、描写、抒情、说明和议论五种形式,但在商务文书中常采用的是叙述、说明和议论。这里不一一详述,具体请见本章第二节至第五节的有关内容。总之,主旨正确、务实、集中、鲜明,材料多样、真实、有力,结构合理、严谨、固定,语言准确、简明、平易、庄重,是商务文书所应具备的基本特征,也是对商务写作的基本要求。

六、商务写作的形式

商务写作大体分成中式商务写作和西式商务写作。在国有企业和政府单位,常用的是中式商务写作;在外企,常用的是西式商务写作。除涉外商务文书要求参照国际通用规则外,其他商务文书均以中式商务写作为主。

中式商务写作和西式商务写作的主要区别在于:第一,格式不同。东方语言和西方语言在写作格式上有明显不同。第二,语言习惯不同。比如,中式信件的结尾,一般采用“此致敬礼”,或者“请领导批复为盼”等用语;在西式信件的结尾经常写“你忠实的某某”等。

七、学习商务写作的意义

商务文书的产生和发展适应了人类社会的发展需要。商务文书写作满足了人们生活、工作、学习和情感交流的需要,满足了物质和精神等不同文化层次的需要,推动整个社会的文明和进步。商务写作是一项综合性、实践性很强的商务工作或者商务活动,它的研究对象不仅是静态的商务文书,而且更主要的是动态的写作主体。掌握商务文书的基本知识、写作方法、写作技能,能运用娴熟、得心应手地撰写各类商务文书,是衡量现代商务工作者素质、能力高低的重要标准,是衡量一个单位的工作质量与效能、社会声誉和集体形象的重要因素。

八、商务写作者应具备的素养和能力

从事商务写作,必须具备以下几个方面的素养和能力:

1. 较强的政策观念和政治敏感
- 商务写作是一项政策性很强的工作。诸如公务类、传播类、经济类、规章制度类等,必须以党和国家的路线、方针、政策及有关法令、法规、制度为依据,对具体事物和问题进行

具体分析、研究,以确保文书主旨的正确性和文书写作的可行性。

商务写作者应有高度的政治责任感和较强的政治敏感性,在坚定地执行现行政策的前提下,研究新情况、新问题,多出“点子”,多提“合理化建议”和“有价值的意见”,当好领导得力的助手和参谋。商务写作者的政治敏感性和参政意识越强,其通过商务写作提供的决策依据就越有价值;同理,通过商务写作参与决策的机会越多,其政治敏感性就会得到进一步强化。

2. 掌握写作理论,遵循创作规律。商务写作的基础理论知识,在主旨提炼、材料选择、结构安排、写作思路、表达方式、语言和文风等方面都作了具体要求,对商务写作的过程有极好的指导和规范作用。商务写作首先要遵循写作规律,然后才能创造性地运用写作规律;其次必须明确写作主客体的辩证关系,既尊重写作客体的基础地位,又充分发挥写作主体的主导作用。通过写作主客体的交融、转化,形成写作的内容。在对写作客体进行研究、选择、提炼、综合的基础上,按照商务文书写作的体制、准则和技法加以行文。初学者可在前人已有成果的基础上经过模仿、化用、融合,以期达到写作技法的创新与超越。

3. 深厚的专业知识与熟练的技能

① 涉猎广泛的知识领域。商务写作对知识的要求是多方面的。商务写作者必须具有较高的文化修养和完善的知识结构,要不断丰富自己的知识,这不仅是适应写作内容的需要,还是开阔视野,拓展思路的必经之路。因此,从相关学科中汲取更多的营养,对商务写作者是十分有益的。

② 熟悉相关领域业务,提高写作技能。每个人的自身业务能力既相对稳定,又有不断发展。由于商务写作是为了解决实际问题而写,其内容都涉及具体行业 and 领域的具体业务和知识。因此,商务写作者应具备相应的专业知识和技能。对于相对稳定的专业知识要牢固掌握,成为“专家”,对于不断发展变化的知识,就要不断进行自我更新、调整 and 适应,要不断学习,不断填充知识的空白点,在思想上要不断跟上时代发展的步伐。有了相对完善和合理的知识结构,才有可能写出好的商务文书。

③ 加强语言修养。文书离不开语言,商务文书同文学作品一样需要一定的文字功底。那种认为商务文书语言简洁、平实,不需多高的语言艺术的观点是非常错误的。要具有驾驭语言的能力,写作者必须掌握语法、修辞和逻辑知识,必须熟练地运用叙述、议论、说明等表达方式。商务写作对语言风格和表达方式的要求是很讲究的,且商务文书中不同类别和种属的文体对语言风格和表达方式的要求也各有差异。因此,行文者只有具备了综合运用语言的能力,才能写出规范的商务文书。

商务文书写作除了应具备扎实的语言功底,还应具备相应的专业术语和行业用语。如经济文体中的“投资”、“利润”、“提成”等,规章制度文书中的“决定”、“执行”、“落实”等。随着经济、政治、文化国际交流的加强,商务写作者的语言基本能力显得尤为重要。

4. 注重写作训练和文书修改

文书是商务写作者的精神成果,又包含着商务写作者实践性的劳动过程。对商务写作者来说强化写作训练,其益处有两点:一是可以熟悉各种商务文书的结构程式、特点、写作方式等,掌握写作的基本功;二是可以训练商务写作者的思维能力,诸如思维方式,看问题

的角度,分析问题的层面等。只有做到理论与实践的统一、知识与能力的统一,才能真正提高写作水平。同时,商务写作不只是一门单纯的文体写作,它更是作者思想、知识、技巧等因素的综合反映,商务写作者在训练中要注意实践性和综合性。

文书的修改是写作过程的一个重要组成部分,是对文书的主旨、材料、结构、语言与表达方式等进行全面审查和修正的过程。每一处合理有效的修改,都能使文书质量有所提高,要仔细斟酌,反复推敲,要善于“动手术”,要舍得“割爱”。此外,可广泛征求别人的意见,对文书加以修正。

【思考与练习】

1. 简述商务写作的概念。
2. 简述商务文书的特点。

【情景模拟写作实训】

请按以下思路,分别写一篇基础文书和商务文书。

××集团公司

乱账多,员工主人翁意识差

↓

财务管理混乱

↓

采取有力措施,完善财务制度

第二节 主 题

一、主题的概念

所谓主题,即作者在说明问题、发表主张或反映生活现象时,通过文书内容所表达出来的基本观点或中心思想。

“主题”不同于写作的“内容”。写作内容是指文书或作品的写作对象,包括范围和主要材料,而“主题”则是通过这些“内容”所表述出的某种看法或主张,是从“内容”中挖掘出来的思想意义。

主题又称中心意思、主题思想、主旨,如果是议论性的文书,还可以叫做中心论点或基本论点。

二、主题的基本特征

商务文书的主题就是解决问题的方法、建议。其主题是十分明确直接的,主题的确立大多不是商务写作者有感而发,而是应客观实际的需要,为解决实际问题而产生的,由此可以说商务文书主题就是解决问题的主要方法。与文学作品相比,商务文书的主题具有