



21世纪高等院校经济管理系列规划教材



主 编 杨凤琴

财经应用文写作

CAIJING

YINGYONGWEN XIEZUO



北京交通大学出版社
<http://press.bjtu.edu.cn>



21 世纪高等院校经济管理系列规划教材

财经应用文写作

主 编 杨凤琴
副主编 谢春红 张好莲
参 编 柴刘锦 李竹筠 吴金香

北京交通大学出版社
· 北京 ·

内 容 简 介

本书的编写以全国教育工作会议关于“智育工作要转变教育观念,改革人才培养模式,积极实行启发式和讨论式教学,激发学生独立思考和创新意识”的精神为指导,根据日益发展变化的财经形势的要求,选取了与当前财经工作密切相关且在实际工作中经常使用的应用文体作为主要的编写内容,并且结合新的案例,使本书的编写内容体现出当前财经专业对财经应用文体教学的要求。本书的核心内容由两部分构成:一是通用应用文书的写作,包括通用公务文书和事务文书两部分;二是财经类专业文书的写作。同时,为构建学生全面的写作知识,本书还择要介绍了财经类求职文书、经济论文等的写作。

本书内容丰富,层次清晰,通俗易懂,注重基础知识和基本理论,以培养学生的应用能力、实践能力为目标,真正实现了教学中理论与实践的紧密结合。

本书适用于高等院校经济类专业学生和社会经济工作者学习和掌握现代财经应用文写作知识阅读和学习。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

财经应用文写作/杨凤琴主编. -- 北京:北京交通大学出版社,2010.8

(21世纪高等院校经济管理系列规划教材)

ISBN 978-7-5121-0271-2

I. ①财… II. ①杨… III. ①经济-应用文-写作-高等学校-教材 IV. ①H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 167613 号

责任编辑:余 燕

出版发行:北京交通大学出版社

电话:010-51686414

北京市海淀区高粱桥斜街 44 号 邮编:100044

印 刷 者:北京泽宇印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印张:18 字数:377 千字

版 次:2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 978-7-5121-0271-2/H·215

定 价:29.50 元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。
投诉电话:010-51686043, 51686008;传真:010-62225406;E-mail:press@bjtu.edu.cn。

前言

财经应用文写作是应用文写作的分支,是为经济类专业开设的一门基础写作课程。该课程实践性强,实用性突出。

当今图书市场中,财经应用文写作类教材名目繁多,体例各异,归纳起来有以下几大弊病:(1)内容陈旧,从范文选取到理论解读均难脱窠臼,体例亦沿袭不变,难有新意;(2)重理论轻实践,忽视课程自身特点,使教师讲解难以突破,学生写作水平难以提升;(3)讲解不详,尤其对于范文部分,只堆砌范文,不作分析;(4)内容选取不当,教材没有针对性,重视“泛而全”,忽视“少而精”。

本教材编写本着“易学易教,实用专业”的原则,力求做到选取精当,难易适中,讲解透彻,通俗实用,凸显以下特色。

特色一:新颖生动与典型深刻并重。理论讲解和案例选取注重新颖,贴近实际,同时注重基本理论的阐释和典型案例的解读。

特色二:格式规范与通俗实用兼顾。注重应用文格式规范要求,同时,结合当前社会新的写作特点,兼顾规范和实用。

特色三:专业全面与重点突出统筹。以打造经济类专业基本写作精品教材为原则,突出常用文体的写作。

特色四:理论讲解与写作训练结合。以设置情景写作的模式,精选练习题,为课堂教学提供边讲边练、讲练结合、以练为主的良好模式。

本教材由杨凤琴担任主编,谢春红、张好莲担任副主编,参加编写的还有柴刘锦、李竹筠、吴金香。具体分工是:中州大学的杨凤琴负责设置全书的基本框架,确定基本内容,并编写第5章、第6章,最后负责统稿、定稿工作;中州大学的谢春红参与本书的策划;并编写第1章、第3章的内容;黄河科技学院的张好莲参与本书的编校,并编写第2章;河南工程学院的柴刘锦编写第7章及附录部分,同时参与本书的编校工作;河南商业高等专科学校的李竹筠编写第4章;中州大学的吴金香编写第8章。

在本教材的编写过程中,参考、吸收和采用了许多专家学者的著作和研究成果,在此,向他们致以诚挚的谢意。同时,由于编者水平所限,教材中难免会出现差错,恳请读者批评指正。

编者
2010年8月

目 录

第1章 财经应用文概述	(1)
1.1 应用文概述	(1)
1.1.1 应用文的概念	(2)
1.1.2 应用文的作用	(2)
1.1.3 应用文的分类	(3)
1.1.4 应用文的特点	(3)
1.1.5 应用文的写作原则和要求	(4)
1.1.6 提高应用文写作能力的方法	(4)
1.2 应用文写作的基本原理	(5)
1.2.1 应用文的主旨	(5)
1.2.2 应用文的材料	(6)
1.2.3 应用文的结构	(8)
1.2.4 应用文的语言	(10)
1.2.5 应用文语言的表达方式	(11)
1.3 财经应用文概述	(12)
1.3.1 财经应用文的概念	(12)
1.3.2 财经应用文的种类	(13)
1.3.3 财经应用文的特点	(14)
1.3.4 财经应用文的写作要求	(14)
1.4 财经应用文的结构	(15)
1.4.1 标题	(15)
1.4.2 正文	(16)
1.4.3 结尾	(18)
第2章 通用文书(上)——公务文书	(19)
2.1 公文概述	(20)
2.1.1 公文的定义	(22)
2.1.2 公文的分类	(22)
2.1.3 公文的特点	(23)
2.1.4 公文的作用	(24)



2.1.5 公文写作的特点·····	(24)
2.2 公文的格式与行文规则·····	(25)
2.2.1 国家行政机关公文版面的基本规范·····	(25)
2.2.2 国家行政机关公文格式的具体结构·····	(26)
2.2.3 公文的特定格式·····	(31)
2.2.4 公文的行文规则·····	(31)
2.3 公文的特定用语·····	(33)
2.4 通知和通报·····	(36)
2.4.1 通知·····	(36)
2.4.2 通报·····	(43)
2.5 报告和请示·····	(47)
2.5.1 报告·····	(47)
2.5.2 请示·····	(53)
2.6 函·····	(57)
2.6.1 函的概念·····	(58)
2.6.2 函的种类·····	(58)
2.6.3 函的特点·····	(60)
2.6.4 函的结构和写法·····	(61)
2.6.5 函的写作要求·····	(62)
2.7 会议纪要·····	(64)
2.7.1 会议纪要的概念·····	(66)
2.7.2 会议纪要的类型·····	(66)
2.7.3 会议纪要的特点·····	(67)
2.7.4 会议纪要的结构与写法·····	(67)
2.7.5 会议纪要的写作要求·····	(68)
第3章 通用文书(下)——事务文书·····	(73)
3.1 事务文书概述·····	(73)
3.1.1 事务文书的概念·····	(73)
3.1.2 事务文书的种类·····	(74)
3.1.3 事务文书的特点·····	(74)
3.1.4 事务文书的作用·····	(75)
3.1.5 事务文书的写作要求·····	(75)



3.2 计划	(76)
3.2.1 计划的概念	(78)
3.2.2 计划的类型	(79)
3.2.3 计划的特点	(79)
3.2.4 计划的作用	(80)
3.2.5 计划的结构和写法	(81)
3.2.6 计划写作应遵循的原则	(82)
3.3 总结	(84)
3.3.1 总结的概念	(86)
3.3.2 总结的种类	(86)
3.3.3 总结的特点	(86)
3.3.4 总结的结构和写法	(87)
3.3.5 总结的写作要求	(88)
3.4 会议记录	(89)
3.4.1 会议记录的概念及功能	(90)
3.4.2 会议记录的内容	(91)
3.4.3 会议记录的特点	(91)
3.4.4 会议记录的重点	(91)
3.4.5 会议记录的写作要求	(92)
3.4.6 会议记录和会议纪要的区别	(92)
3.5 简报	(93)
3.5.1 简报的概念	(95)
3.5.2 简报的类型	(95)
3.5.3 简报的特点	(95)
3.5.4 简报的功能	(96)
3.5.5 简报的结构和写法	(96)
3.5.6 简报的写作注意事项	(98)
3.6 规章制度	(99)
3.6.1 规章制度的概念	(100)
3.6.2 规章制度的种类	(100)
3.6.3 规章制度的特点	(102)
3.6.4 规章制度的一般结构	(102)



3.6.5 规章制度的写作要求	(103)
第4章 财经宣传文书	(105)
4.1 财经新闻	(105)
4.1.1 财经新闻的定义	(110)
4.1.2 财经新闻的分类	(110)
4.1.3 财经新闻的特点	(111)
4.1.4 财经新闻的结构和写法	(112)
4.1.5 财经新闻的写作要求	(116)
4.2 商业广告	(118)
4.2.1 商业广告的定义	(122)
4.2.2 商业广告的分类	(122)
4.2.3 商业广告的特点	(122)
4.2.4 商业广告的结构和写法	(123)
4.2.5 商业广告的写作要求	(127)
4.3 商品说明书	(129)
4.3.1 商品说明书的定义	(130)
4.3.2 商品说明书的分类	(130)
4.3.3 商品说明书的特点	(131)
4.3.4 商品说明书的结构和写法	(131)
4.3.5 商品说明书的写作要求	(132)
第5章 财经业务文书	(134)
5.1 市场调查报告	(135)
5.1.1 市场调查报告的定义	(137)
5.1.2 市场调查报告的分类	(138)
5.1.3 市场调查报告的特点	(138)
5.1.4 市场调查报告的结构和写法	(139)
5.1.5 市场调查报告的写作要求	(143)
5.2 经济活动分析报告	(145)
5.2.1 经济活动分析报告的概念	(147)
5.2.2 经济活动分析报告的作用	(147)
5.2.3 经济活动分析报告的特点	(148)
5.2.4 经济活动分析报告的种类	(149)



5.2.5 经济活动分析报告中常用的分析方法	(149)
5.2.6 经济活动分析报告的结构和写法	(151)
5.2.7 经济活动分析报告的写作要求	(153)
5.3 可行性研究报告	(154)
5.3.1 可行性研究报告的概念	(158)
5.3.2 可行性研究报告的特点	(158)
5.3.3 可行性研究报告的作用	(159)
5.3.4 可行性研究报告的分类	(160)
5.3.5 可行性研究报告的结构和写法	(161)
5.4 招标和投标文书	(162)
5.4.1 招标概述	(163)
5.4.2 招标和投标的主要流程	(164)
5.4.3 招标和投标过程中所涉及的主要文书	(165)
5.4.4 招标公告和招标邀请书	(166)
5.4.5 投标申请书和投标书	(169)
5.4.6 中标通知书和未中标通知书	(172)
5.5 商业计划书	(175)
5.5.1 商业计划书的概念	(179)
5.5.2 商业计划书的作用	(179)
5.5.3 商业计划书的常见类型	(180)
5.5.4 商业计划书的结构和写法	(180)
5.5.5 撰写商业计划书的注意事项	(181)
5.5.6 商业计划书的保密协议	(182)
5.6 商函	(185)
5.6.1 商函的格式	(188)
5.6.2 商函的结构和写法	(189)
5.6.3 商函的写作要求	(189)
第6章 财经法律文书	(192)
6.1 经济合同	(193)
6.1.1 经济合同概述	(196)
6.1.2 经济合同订立的原则	(198)
6.1.3 经济合同必备的主要条款	(198)



6.1.4	订立经济合同的基本程序	(199)
6.1.5	经济合同的结构和写法	(200)
6.1.6	拟制经济合同的注意事项	(202)
6.1.7	经济合同的示范文本	(203)
6.1.8	经济合同附类	(203)
6.2	经济纠纷诉讼文书	(208)
6.2.1	经济纠纷诉讼文书的性质和作用	(214)
6.2.2	经济纠纷诉讼文书的主要种类	(214)
6.2.3	经济纠纷诉讼文书的结构和写法	(215)
6.2.4	经济纠纷诉讼文书写作的注意事项	(218)
第7章	财经职场文书	(220)
7.1	求职信	(220)
7.1.1	求职信的定义和分类	(222)
7.1.2	求职信的特点	(222)
7.1.3	求职信的结构和写法	(223)
7.1.4	求职信的写作要求	(225)
7.2	简历	(226)
7.2.1	简历的定义	(231)
7.2.2	简历的特点	(231)
7.2.3	简历的格式和内容	(231)
7.2.4	简历的写作要求	(233)
7.3	竞聘报告	(234)
7.3.1	竞聘报告的定义和分类	(236)
7.3.2	竞聘报告的特点	(236)
7.3.3	竞聘报告的结构和写法	(237)
7.3.4	竞聘报告的写作要求	(238)
7.4	述职报告	(240)
7.4.1	述职报告的定义	(244)
7.4.2	述职报告的特点	(244)
7.4.3	述职报告的分类	(244)
7.4.4	述职报告的结构和写法	(245)
7.4.5	述职报告的写作要求	(246)



第 8 章 经济论文	(249)
8.1 经济论文的选题	(249)
8.1.1 选题的意义	(249)
8.1.2 选题的原则	(250)
8.2 经济论文的资料	(252)
8.2.1 资料的搜集	(252)
8.2.2 资料的整理与研究	(253)
8.3 经济论文的写作	(254)
8.3.1 拟定提纲	(257)
8.3.2 起草成文	(258)
8.3.3 经济论文的三要素	(258)
8.3.4 经济论文的结构和写法	(259)
8.3.5 经济论文的修改	(265)
附录 A 文稿中名称、时间、数字的用法	(266)
附录 B 中华人民共和国国家标准标点符号用法	(269)
参考文献	(276)

第1章

财经应用文概述

应用文是指国家机关、企事业单位、社会团体、人民群众在日常生活、学习、工作中处理公共事务或私人事务时使用的具有惯用格式和应用价值的文章。

应用文的惯用格式是在长期使用和流传过程中逐渐形成的,体现在主旨表现、材料使用、语言表达、结构安排等方面。

财经应用文是应用文的一种,是在经济活动中形成和发展的,是为现实经济生活服务的。它记载和反映了国家、企业、个人的经济信息,是经济活动中的重要凭证,是沟通经济信息、分析经济活动状况、提高经济效益的重要管理工具。

作为应用文的重要分支,财经应用文受一般应用文写作规范的约束,体现应用文的普遍特征。同时,因其行文的内容和目的多与人们的经济生活相关,因此,在格式、语言技巧、行文规范等方面与其他应用文又有所区别。

学习目标

-  了解应用文的概念、特点和作用。
-  了解应用文的主旨、结构、材料、表达方式和语言等特征。
-  了解财经应用文的概念、种类和特点。
-  掌握财经应用文的写作要求和结构安排。

1.1 应用文概述

自古以来,中华民族就非常重视应用文写作。古文中的书札、公牍、杂记、序跋、箴铭、颂赞、哀祭等,均可视为早期应用文的代表,其在长期流传过程中,名篇众多,如李斯的《谏逐客书》、刘邦的《求贤诏》和诸葛亮的《出师表》等。在长期使用过程中,应用文逐渐形成了其独特的格式和规范。



1.1.1 应用文的概念

应用文是指国家机关、企事业单位、社会团体、人民群众在日常生活、学习、工作中处理公共事务或私人事务时所使用的具有惯用格式和应用价值的文章。

1.1.2 应用文的作用

在现实生活中,应用文使用极为广泛,涉及社会生活的各个领域,因而其作用是广泛而明确的。应用文的作用一方面受写作目的和文体的制约各有不同,另一方面,发文的级别不同,受文的范围不同,解决具体事件的轻重缓急不同,亦产生不同的作用。总体上说,应用文的作用可归纳为以下几个方面。

(1)管理和规范作用

应用文自诞生之日起,就为领导机关和管理组织所必需。特别是行政命令性、法规性应用文,一经权力机关发布,受文者必须坚决贯彻执行,不得违反。例如,《中华人民共和国治安管理条例》、《自然灾害救助条例》等,都是以命令的形式发布的,一经发布,便须遵照执行。

(2)沟通和联系作用

应用文是加强上下级联系的纽带,也是与各有关方面联系的有效工具。无论是上级机关传达、颁布、发布方针、政策、法律法规,还是下级机关就某一问题向上级机关请示、汇报、报告,或者是同级或不相隶属机关洽商工作、交流情况,都需要应用文发挥联系的作用。缺少这种联系,上下阻隔、闭塞,会影响工作的正常运转。对于有些应用文,如函、介绍信、简报、电报、传真等,联系是其主要作用。

(3)依据和凭证作用

应用文是管理国家、处理政务、交流信息的一种文字载体,起着依据和凭证的作用。上级下达的文件、党和政府颁布的法律法规、有关方面的规章制度,都可作为开展工作和检查工作的依据,而一些条据、合同文本、公证材料等,也是业务中的凭证。一旦出现问题、纠纷,依靠这些凭证,可通过法律追究对方责任,维护自身利益。另外,一些重要的应用文也是历史档案资料,要了解某一时期的政治、经济情况,或某一方面的生产、经营情况,只要查阅当时存档的应用文就可以知道。

(4)宣传和教育作用

无论是规范性应用文,还是指挥性应用文,无论是知照性应用文,还是报请性应用文,抑或是记录性应用文,大多具有宣传和教育作用。有关机关通过应用文下达各种法规和制度,宣传党和国家的方针政策;各地区、各部门、各企业也通过应用文推广先进经验,表扬先进人物,批评和揭露不良现象和丑陋行为,制裁不法分子,以此来提高人们的思想政治觉悟,规范



人们的行为,保障社会的安定,推动各项事业的健康发展。

(5)信息交流作用

应用文中的每一文体,只要一经成文发布,就是一种信息。在经济全球化、信息网络化的今天,及时捕捉这种信息,利用这种信息,在激烈的竞争中就能把握主动权,就能创造和抓住更好的机遇发展自己、壮大自己。

1.1.3 应用文的分类

标准不同,应用文的分类也不尽相同。

按照不同的性质,应用文可以分为三类:一是一般性应用文,即在日常生活、学习和工作中广泛使用的应用文,如书信、启事、条据、会议记录、读书笔记等。二是公文性应用文,即以党和国家机关、社会团体、企事业单位的名义发出的文件类应用文,如布告、通告、批复、指示、决定、命令、请示、公函等。这类应用文往往庄重严肃,适用于特定的场合。三是事务性应用文,即在处理日常事务时所使用的应用文,如计划、总结、规章制度及各种鉴定等。

按照不同的用途,应用文可以分为两大类:一类是行政机关、团体和企事业单位用来处理公务的应用文;另一类是个人或集体用来处理私事的应用文。

1.1.4 应用文的特点

(1)实用性

实用性是应用文最本质的特点,也是应用文区别于文学作品和其他文体的本质特征。

(2)真实性

文学作品的真实是艺术的真实,而应用文的真实是实事求是的真实。其要求为: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。

(3)对象的针对性

文学作品的对象模糊不清,作家在写作时确立的读者对象是泛泛的,并没有特定的读者对象。而应用文则不同,它的读者对象十分明确,接受者是谁,行文一清二楚。

(4)行文目的明确性

应用文的行文目的是很明确的,既包括针对具体事件的明确,也包括发文希望达到的效果的明确。应用文写些什么、达到怎样的效果,事先是已知的、确定的。

(5)格式的稳定性

如果格式被大家接受,约定俗成,就称为惯用格式;如果格式被法定固化,就称为规范格式。应用文多数有惯用格式,其中国家行政机关公文具有规范格式。

格式稳定性的作用:使不同的文体清晰醒目,便于写作、阅读、承办、归档、查询,以达到



行文的目的。

(6)行文的时效性

应用文总是针对工作、学习和生活中所出现的具体事情而写的,一般要求在特定的时间里处理特定的问题。往往是问题已经发生或即将发生,必须处理或解决时才使用。如不及时行文,时过境迁,应用文就会丧失其价值。例如,开会要先写通知,请假要先写请假条,入党入团要先写申请书等。

(7)语言的准确性

应用文的语言要严谨庄重、恰当准确、朴实得体、简明晓畅。这与文学语言的重个性和重修饰是截然不同的。

1.1.5 应用文的写作原则和要求

(1)要实事求是

应用文是具有实用价值的文章,真实是其生命线,脱离实际的胡乱拼凑是难以实现其实用价值的。

(2)要选择相应文体,注意格式

撰写应用文,需根据其内容、性质和行文关系来选择相应的文体,不能“张冠李戴”混淆文体。

(3)要认清对象,内容明确具体

无论写哪种应用文,都要认清对象,做到内容明确具体。

(4)要精通业务

精通业务是写好应用文的前提条件。机关公文、通用文书及专用文书既要符合党的方针政策和具体规定,又要紧紧地与本部门、本行业的业务相结合。

(5)要文字确切,文风朴实

应用文对其语言表达要求较高,即必须通俗、简明、准确、得体。

1.1.6 提高应用文写作能力的方法

(1)学习应用文写作的基本理论

应用文写作的基本理论包括基本原理和文体知识理论两大部分。基本原理指的是应用文普遍遵循的一般规律,如怎样确定主旨,做到正确、鲜明、集中;怎样搜集材料,做到确凿、典型、新颖;怎样谋篇布局,做到条理清晰;怎样叙述表达,做到简洁、流畅;等等。文体知识理论总结的是不同文体的特殊规律。认真学习应用文写作理论,可以使写作遵循规律,从盲



目走向自觉,少走弯路,事半功倍。

(2)多读名篇,反复练笔实践

我国应用文写作源远流长,从古至今,涌现出大批名篇佳作。多读名篇,可以从中获得很好的学习和借鉴,如思维方式、立言命意、谋篇布局、遣词造句以及修辞、逻辑等,对训练和培养语感大有好处。

学习应用文写作,关键是要完成知识向能力的转化。要完成这种转化,写作实践是唯一的桥梁,因此,要有充分的写作热情,坚持多写多练,并及时发现规律,总结经验。唯有如此,写作时方能得心应手、游刃有余。

(3)掌握政策,熟悉业务

提高自身的政策理论修养,要学习有关的政策法令和规章制度,具备较强的政策水平和思想水平。还要提高业务知识修养,既要向书本学习、向有经验的内行人学习,更要从实践中汲取营养,使自己真正精通本部门、本系统的业务。

1.2 应用文写作的基本原理

1.2.1 应用文的主旨

1. 应用文主旨的含义

主旨是指作者通过文章的全部内容所表现出来的核心思想和主要意图,即中心思想。

应用文的主旨是事物的客观意义和作者对事物的主观评价在文章中的高度统一。应用文的主旨不仅决定着材料的取舍和使用,还统领文章的结构、制约应用文语言的使用。

2. 应用文主旨的要求

(1)正确

正确是指主旨能反映事物的本质,符合事物发展的规律,具有科学性和现实性。

(2)鲜明

鲜明是指作者的基本态度、文章的基本思想明确且具体,毫不含糊。对问题的认识,对事物的评价;主张什么,反对什么;应该怎样做,不应该怎样做;解决什么问题,达到什么目的,都要旗帜鲜明地表达出来,不能含糊其辞、模棱两可,要用“直笔”,避免“曲笔”。

(3)深刻

深刻是指在主旨正确的基础上,要有思想深度,要反映和揭示客观事物的深层含义,揭



示事物的本质规律,阐明事物之间的必然联系,具有深刻的思想意义和丰富的内涵。

(4)集中

主旨集中要求突出一个中心目标、阐述深透,不添枝加叶、枝蔓横生。切忌主题分散、搞多中心。要让材料的使用、谋篇布局和遣词造句都要为突出这个主旨服务。

(5)新颖

主旨新颖要求用新的方式、新的角度反映新思想、新事物和新风貌,要做到不落俗套、不落窠臼。例如,写一篇人物通讯,就要运用别具一格的手法,将其典型的、独到的、有时代气息的、能给人以启示的言行表述出来,以达到鼓舞人、教育人的目的,给人以新鲜醒目之感,使人耳目一新。

3. 表现应用文主旨的方法

(1)显现法

显现法,又叫“直接法”,它是在文章的某一部位,用明确而简练的语言直截了当地把主旨表述出来。这是应用文常用的显旨方法,常见的有以下几种方式。

- 标题显旨:就是在标题中直接点明主旨。
- 开宗明意:就是开门见山,在开头部分亮出观点、点明主旨,给人以鲜明深刻的印象,然后再逐步展开阐述。
- 文中点意:就是在行文中,在主体部分自然引出主要论点或中心思想。
- 篇末结意:就是在文章结尾处,用简明扼要的文字归纳主旨,加深读者的印象。

表明主旨有时需要几种方法的综合运用。在大多数的应用文中,常常是开头点题、结尾重复强调,做到上下呼应、首尾呼应。

(2)对比法

对比法,又叫“比较法”,是通过文章不同侧面或不同性质内容的对比来揭示主旨。

- 抑扬法:指对于要表现的人、事、物采用有扬有抑的方法,形成鲜明的对比,以突出主旨。
- 疏密法:疏,指疏笔,即略写;密,指密笔,即详写。通过略写和详写的鲜明对比,使文章主次分明,中心突出。凡与主旨关系密切的内容,就详写;与主旨关系不大的内容,就略写。

1.2.2 应用文的材料

1. 应用文材料的含义

材料即客观事实和理论依据,是文章的“血肉”。材料作为文章的第一要素,是领导决策的依据,是观点形成的支柱,因此,材料必须真实、准确。我们常说:“摆事实,讲道理。”事实