

学会写文章

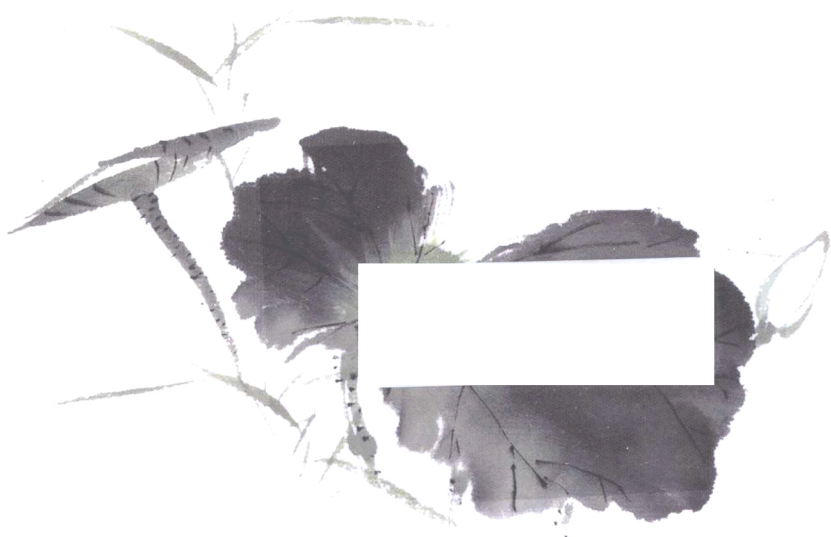
——战略写手秘笈

曹如民等
著

会干还要会讲，会讲更要会写

66天掌握文稿起草技巧，战略写手秘笈首度公开
改变命运的“杀手铜”，职场竞争的软实力

中共中央办公厅原副主任 毛林坤
经济日报社社长 徐如俊
联袂推荐

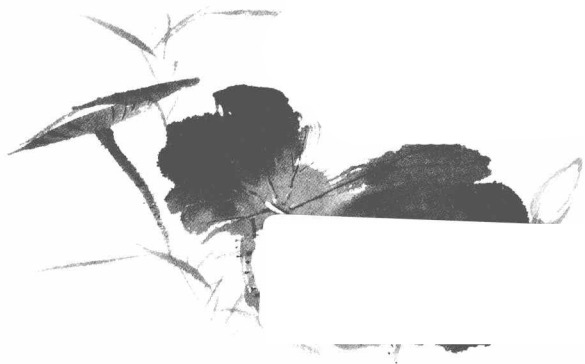


机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

学会写文章

——
战略写手秘笈

曹如民等
著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

文章千古事。本书首次系统提出“战略写手”这一概念并进行深入论述，具有以下特点：(1) 创新性强。提出了很多新观点、新理念、新方法，是对写文章实践基础上的理论创新、对内心体验的深刻描述。(2) 指导性强。提出了很多有思想、有见地的观点，字里行间闪烁着智慧的火花，对文稿起草具有很强的指导价值，非常管用、实用。(3) 可读性强。书中引经据典，语言流畅优美，文字精炼简洁，表达深入浅出，像在读一篇篇精美的散文。

文字有深浅，写作无止境。本书适合有理想、有追求的政府机关、企事业单位工作人员，从事政策研究、文稿起草、文秘工作、新闻宣传等各类文字工作者以及大专院校师生等阅读、使用。

图书在版编目 (CIP) 数据

学会写文章 / 曹如民等著. —北京: 机械工业出版社, 2012. 11
ISBN 978-7-111-40224-4

I. ①学… II. ①曹… III. ①公文—写作 IV. ①H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 257249 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 徐永杰 责任编辑: 徐永杰 杨 勋

责任印制: 乔 宇

保定市 中画美凯印刷有限公司印刷

2013 年 1 月第 1 版 · 第 1 次印刷

170mm × 242mm · 13.75 印张 · 1 插页 · 225 千字

标准书号: ISBN 978-7-111-40224-4

定价: 33.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心: (010) 88361066

教材网: <http://www.cmpedu.com>

销售一部: (010) 68326294

机工官网: <http://www.cmpbook.com>

销售二部: (010) 88379649

机工官博: <http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线: (010) 88379203

封面无防伪标均为盗版



曹如民同志长期在中央企业系统负责政策研究和重要文稿起草工作，他转来《学会写文章——战略写手秘笈》这部书稿，希望我给写个序。我在党政机关搞了近30年文字工作，就写一点体会吧。

文章是多种多样的。这本书说的文章，当然指的不是散文之类的文学作品，也不是一般性的公文，而是机关里带有政策含义的文章，是建立在研究基础上的文字表达。在循规蹈矩的公文和自由挥洒的散文之间，这也是很多从事文字工作的人正在耕耘的领域。

曹如民同志搞文字工作的时间不短。他没有仅仅把这项工作当作职业，而是如他自己所说的“始终把写作当作事业，视文字如同生命”。这是一种境界。因为有对文字工作的这种境界和这份热忱，才会做到既努力写好文章，又认真思考和琢磨怎么才能写好文章。他组织一些同志撰写这本书，是对写作实践和写作经验的总结提炼，也是勤于思考、善于思考的结果。

书中提出了“战略写手”的概念，并且围绕怎样成长为战略写手进行了论述。战略写手，标准是很高的，应当具备独立担纲或牵头组织起草重要文稿的能力。从事文字工作的人，尤其是在各种机关专门从事文稿起草工作的人，都应当把这作为一个目标来追求。

文虽无定法，但并非无法。读了写作指导方面的书，不能保证一个生手马上变成熟手，但对于一个在写作中有过跋涉经历的人来说，一定会有“于我心有戚戚焉”的感触，也会由此激发出对写作的更多感悟和灵气。有所感悟，具有灵气，才能有所提高，也才能逐步锻炼成长为一名战略写手。

愿这部书能够引起更多从事文字工作的读者共鸣。

何毅亭

2012年11月



前言

撰写一部深入研究战略写手、系统指导战略写作的著作，是战略写手们的期待，是众多想提高自己写作水平热心读者的诉求。这是一项充满挑战性、创新性的工作，也是一种责任和使命。

本书的选题与立意经过了深入思考，反复斟酌。本书的总创意、总策划、撰稿人之一曹如民在中央企业负责重要文稿起草和政策研究工作近20年，他将自己长期积累的实践经验、探寻把握的战略写作规律和技巧进行系统梳理、深刻总结，并组织了一支中央企业具有扎实理论修养和丰富实践经验的精英战略写手团队，共同深入研究战略写作之道，创新性地提出了战略写手的理论框架和实践运作体系。在创作过程中，写作团队有针对性地学习、消化有关专业知识和基础理论，结合自己的工作经验和心得，对本书的写作思路、核心内容、创新重点、体例格式、篇章结构等进行了认真研讨和系统研究，对重点章节、核心观点进行了反复推敲。创作的过程是写作成员相互学习，取长补短的过程，大家分工不分家，相互帮助，相互启迪，共同学习，共同进步，团队战斗力、创造力得到了充分发挥。写作采取先分块撰写，后汇总互审，再集中通编的方式，保证了内容的科学性、风格的统一性和结构的完整性。

本书是“星期天工程”。所有写作任务都是写作团队利用工作之余见缝插针、争分夺秒完成的。在三年多的创作过程中，切身体验了戚继光“一年三百六十日，都是横戈马上行”的真切滋味。这种自加压力的高强度生活，虽然时刻处在一种与时光赛跑的紧张状况，却感受到了一种“人生能得几回搏”的痛快淋漓，是痛并快乐着的充实，是“吾日三省吾身”的历练，是灵魂的重生，是心灵的涤荡，是知识与能力的全面提升，简言之，就是修炼与收获。这本书的出版，历经了千锤百炼，对写作团队来说是一次身心的修炼，是一份雨后彩虹的欣喜与收获。

参加本书编写的人员还有明栋才、吴鹏、雷明、汤地华、张奋勇、王宝

朋、雷文川等同志。特别值得说明的是，在本书出版过程中，中共中央政策研究室常务副主任何毅亭百忙之中予以关怀、亲自为本书作序，中共中央办公厅原副主任毛林坤、经济日报社社长徐如俊悉心指导、亲笔推荐，给我们以巨大的鼓舞和鞭策，在此深表敬意和厚谢！在本书的编写过程中，得到了王进文、吕梦江、孙毅、肖勇、李裕、高志强、莫莉、吴光富、刘树华、谭学余、刘建伟、袁亚洲、张博等各有关方面领导和专家的精心指导、大力支持，在此，一并表示衷心感谢！

本书参阅了不少文献资料，引用了部分作者的文章，由于联系方式不详，无法与作者取得直接联系，请相关人员在看到本书后与雷老师（lwc0213@163.com）联系，我们将支付相应稿酬。

创作无尽头，创新无止境。作为战略写手领域的拓荒之作，由于作者理论研究尚不够深入，加之知识与水平所限，本书不足之处在所难免，欢迎读者批评指正；假如能以此为平台开展深入交流与指导，使之不断完善，那就更加弥足珍贵了。



目 录

序 前言



第一章 理念篇

| | |
|-------------------|----|
| 战略写手是稀缺资源 | 3 |
| 不再为写文章而烦恼 | 6 |
| 从大学起步 | 8 |
| 改变命运的“杀手锏” | 10 |
| 职场竞争的软实力 | 12 |
| 步入成功的“快车道” | 14 |
| 好文章也是生产力 | 16 |
| 充分发挥智库作用 | 18 |
| 战略写作出成果更出人才 | 20 |
| 耐得住寂寞 | 23 |
| 永远思想领先 | 26 |
| 培养战略思维 | 28 |
| 努力成为专家 | 30 |
| 悟性很重要 | 32 |



第二章 学习篇

| | |
|-----------------|----|
| 让学习成为一种习惯 | 37 |
| 好记性不如烂笔头 | 40 |
| 把词汇融化在血液里 | 43 |

| | |
|-----------------|----|
| 吃得进去，吐得出来 | 46 |
| 养成剪报的习惯 | 49 |
| 一口吃不成“胖子” | 52 |
| 与高手同行 | 54 |

第三章 运筹篇

| | |
|-----------------|----|
| 学会调动一切资源 | 59 |
| 大量占有资料 | 62 |
| 调研掌握第一手资料 | 64 |
| 到基层汲取营养 | 67 |
| 软课题硬功夫 | 70 |
| 应成为图书馆的常客 | 73 |
| 网络是身边的资料库 | 76 |
| 团队的力量 | 78 |
| 想明白才能写明白 | 80 |
| 跑步产生灵感 | 83 |
| 开展头脑风暴 | 86 |
| 培养发散性思维 | 89 |
| 切忌闭门造车 | 92 |
| 好提纲成功一半 | 95 |

第四章 把握篇

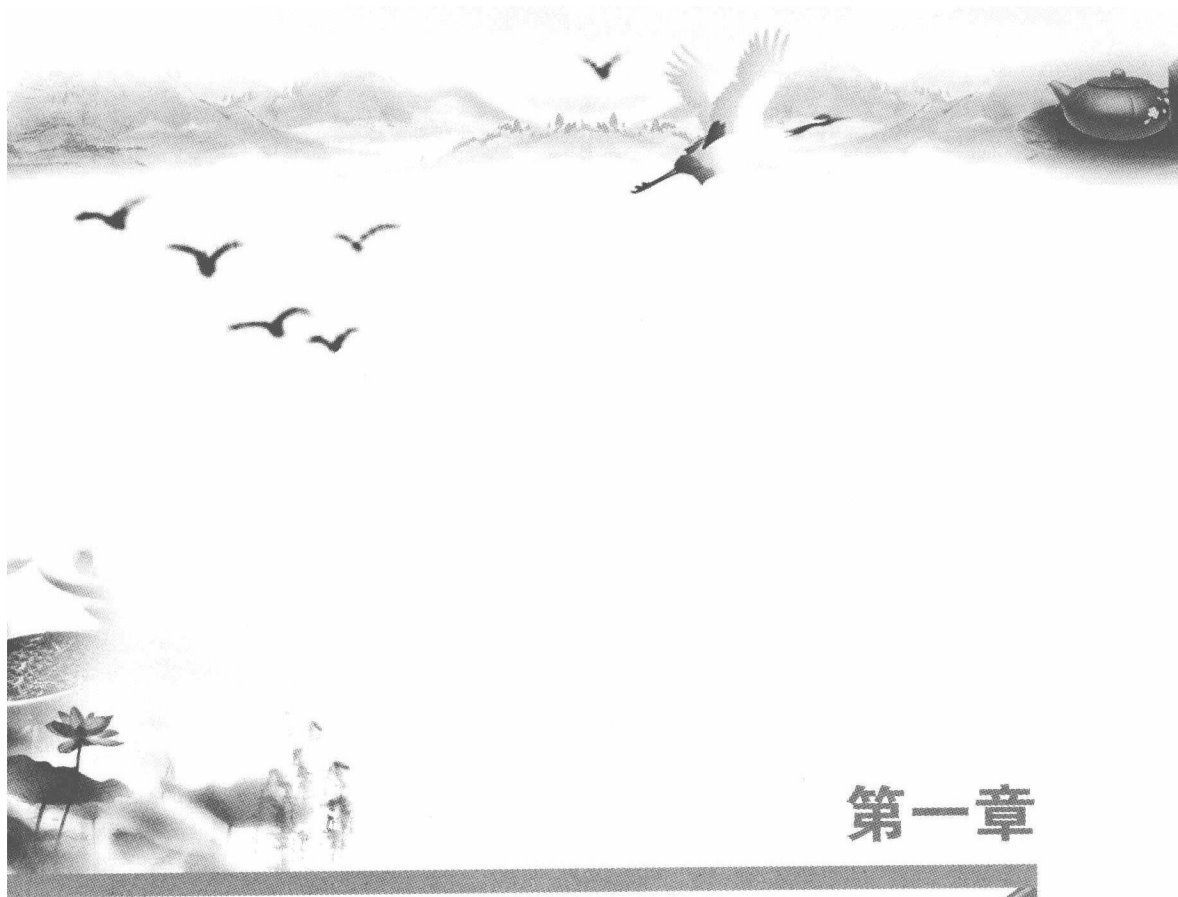
| | |
|-----------------|-----|
| 写文章就是做产品 | 105 |
| 不同领导不同风格 | 107 |
| 不同场合不同要求 | 110 |
| 写到领导心坎去 | 113 |
| 源于领导，深于领导 | 115 |
| 把自己当作“领导” | 117 |
| 始终站在巨人肩上 | 120 |

第五章 起草篇

| | |
|--------------------------|-----|
| 善于谋篇布局 | 125 |
| 写文章的核心是写思想、写观点、写政策 | 128 |
| 要有打动人的“文眼” | 133 |
| 始终抓住要害 | 139 |
| 先分水果后装筐 | 142 |
| 创新是文章的灵魂 | 145 |
| 逻辑关系要严密清晰 | 148 |
| 避免重复 | 152 |
| 用数据和事实说话 | 155 |
| 表达讲究精准性 | 160 |
| 抓住核心词 | 162 |
| 从引经据典到创造经典 | 165 |
| 多用排比句和整句 | 169 |
| 不要太浪漫 | 175 |
| 学会放一下 | 178 |
| 不打疲劳战 | 180 |
| 走过黎明前的黑暗 | 182 |
| 做文章的主人 | 185 |

第六章 修缮篇

| | |
|----------------------|-----|
| 文章不厌百回改 | 191 |
| 做好另起炉灶的准备 | 193 |
| 精品是“抠”出来的 | 196 |
| 好文章不让人说“不” | 198 |
| 听得进别人的意见 | 201 |
| 写作——从零开始 | 203 |
| 附录 撰写重要文稿的一般流程 | 206 |
| 参考文献 | 208 |



第一章

理念篇

战略写手是稀缺资源

核心提示

专门为单位或领导撰写重要文稿的战略写手（俗称“笔杆子”）不太好找，这已成为普遍现象。战略写手具有扎实的文字功底、宽广的战略思维、深厚的理论素养、一定的专业基础、较强的创新能力以及出色的领悟能力，属于创新人才、复合人才和实干人才，无疑是稀缺资源。他们是单位智囊库的重要组成部分，是思想源的核心支撑，是各类重要文稿起草的主要承担者。其水平高低，某种程度上反映出一个单位的实力强弱；其智库作用发挥大小，一定意义上影响本单位全局性、方向性、战略性的决策走向。

物以稀为贵，才以杰为尊。

在日常的工作和生活中，干事容易、谋事难，动嘴容易、动笔难。在不少单位，能写材料的“笔杆子”往往少之又少，因而成为“香饽饽”和“抢手货”。

一般来说，具有一定文字功底和文学素养，职业从事文字工作的人员称为写手，如文学创作者、网络自由撰稿人等。专门为单位或领导撰写重要文稿、开展政策研究的人员则是战略写手。战略写手涉及的文稿主要包括：单位领导在各类场合的重要讲话，向上级部门的各类汇报，总结类和部署类的工作报告，各类调研报告和课题研究成果等。

战略写手是写手中的杰出代表，是写手中的“大家”。

战略写手与写手的区别，主要表现为：在服务对象上，写手的服务对象往往是写手本人，以自己满意为目标；战略写手的服务对象往往是单位领导，以领导满意为目标，因而难度大。在材料要求上，写手所写材料可以有相当大的自由度和随意性，个人发挥空间很大。而战略写手所写材料往往有很大的制约性，必须充分体现领导的意图，有战略高度并把握全局，不光是写自己的思想，更要写别人的思想。在能力素质上，战略写手除了具备写手的基本能力和素质外，还要有很强的理论修养、战略眼光和创新思维。因此可以说，做写手难，做战略写手更难。

中央各部、省、专区、县，都要培养“秀才”。没有知识分子不行，无产阶级一定要有自己的“秀才”。——毛泽东

语言文字的力量有时比任何武器都要更强大，战略写手有时能起到独特而难以替代的重要作用。大到一个国家、小到一个单位，都离不开战略写手。美国白宫从20世纪20年代就设置专人为总统撰写讲稿，首位“白宫写手”名叫贾德森·韦利弗，为第29任总统沃伦·哈丁写稿，“开国元勋”一词即由其创造。美国总统奥巴马的演讲稿也是由一个才思敏捷的写手团队完成的，这个团队又被称为“奥巴马的大脑”。战略写手是一个单位智囊库、思想库的核心，发挥着古代“军师”、“幕僚”、“谋士”的职能，体现出现代“参谋”、“顾问”、“助理”的作用。战略写手在一个单位承担各类重要文稿的起草，特别是起草领导的各类场合讲话稿。战略写手的水平高低，有时能反映出一个单位的实力强弱和水平高低。战略写手一般会围绕本单位全局性、方向性、战略性的重大问题和政治焦点、经济热点、工作难点等敏感问题开展软课题研究，为本单位领导的重大决策提供重要支撑。战略写手的观点有助于领导决策，战略写手的思想有时甚至会成为本单位的发展取向。因此，战略写手在单位的发展过程中往往扮演着举足轻重的角色，使命光荣、责任重大、任务艰巨。

战略写手素质要求高、成才难度大、成长时间长。

战略写手首先要有扎实的文字功底。具有文字功夫是战略写手的基础条件，要求必须要有很强的文字驾驭能力。文字表达首先要精准，要有足够的词汇量，做到言之有物、言之有理、言之有情。更要有严密的逻辑关系，不重复、不绕圈，做到表达清晰、明白。

战略写手必须要有宽广的战略思维。战略眼光决定作品高度。战略写手要能着眼整体和全局，树立大局意识，把握战略全局，站得高、看得远、谋得实，这样才能想领导之所想，甚至想领导之未想，充分发挥参谋助手作用。

战略写手要有深厚的理论素养。理论修养的程度决定了文章的厚度。其必须熟悉掌握党的基本理论，自觉运用最新理论和哲学思想武装头脑，并自觉跟踪前沿管理和科技知识，始终使自己的思想保持领先，拥有丰富的理论涵养，这样写文章才能有高度、有深度。

战略写手要有一定的专业基础。必须了解自身所从事的专业领域，研究行业发展趋势，掌握行业特点和规律。如果处于汽车行业，那么对汽车业务和行业规律就应该十分熟悉，即使做不到如数家珍，也要做到心中有数，这样才能不讲外行话，写出来的文章才能有很强的专业性。



战略写手要有较强的创新能力。写文章是一项创新活动，一篇文章从立意的确定到观点的提出，从结构的安排到文字的组织等，都需要不断创新，这就要求战略写手必须强化创新意识，练就创新思维，掌握创新技巧。

战略写手要有出色的领悟能力。有出色的领悟能力是战略写手的基本素质。战略写手必须充分领会并准确理解领导的意图，知道领导关注什么，想要什么。只有领悟其道理，领悟其真谛，才能融会贯通，才能百炼成钢。

应该说，战略写手，往往不仅是写文章轻松自如，从事其他工作也能得心应手。这是因为战略写手在长期的材料组织中，练就了一些独门秘笈，应具有很强的综合能力和素质：战略写手往往善于总结提炼。搞文字工作的人都有很强的归纳能力，讲话条理性强，有“拔高”的能力，表达水平一般都高人一筹，在很多重要场合更容易脱颖而出。战略写手往往善于驾驭全局。“不谋全局者不足以谋一域”，战略写手思考问题的角度都是从战略全局出发，从整体和长远出发，从领导的角度出发，因此，战略写手考虑问题往往不会顾此失彼。战略写手往往善于透过现象看本质。战略写手研究问题、分析问题往往都有良好的心智模式，独具“慧眼”，火眼金睛，看问题一针见血，解问题直击要害。战略写手往往善于求新求变。领导对每篇文章的要求一般都是差异化的，战略写手只有勤于学习、善于思考、勇于创新，文章才能富有新意，才能不断满足领导的新要求。战略写手往往善于吃苦耐劳。从事文字工作的同志，经常加班加点，工作十分辛苦，长期养成了不怕疲劳、连续作战的良好品质。因此，战略写手不失为难得的创新人才、复合人才和实干人才。

人才是第一资源，战略写手无疑是宝贵的、特殊的稀缺资源。

毛泽东同志曾经指出，中央各部、省、专区、县，都要培养“秀才”。没有知识分子不行，无产阶级一定要有自己的“秀才”，这些人要较多地懂得马克思主义，又有一定的文化水平、科学知识、词章修养。而这所谓的“秀才”，正是战略写手。

国家需要战略写手，社会渴求战略写手，时代呼唤战略写手。

写作这个职业，就是自找麻烦，自讨苦吃，其程度是你所想象不到的。

——【英国】狄更斯



不再为写文章而烦恼

核心提示

从不会写文章到能够熟练驾驭材料，一般要经历四种境界：痛并郁闷着、痛并快乐着、累并快乐着、忙并快乐着。处于不同阶段，会有不同境界，也有不同感受。战略写手应致力在学习、修炼中，不断迈过一道道门槛，向更高境界突进。每向前进一步，就少一分烦恼，多一分快乐，达到最高境界，充分体现战略写手的作用和价值。

一提到写文章，大多数人都会感到头疼，当成一种负担，常常为百思不得其解而苦恼，为达不到领导要求而郁闷、着急，从而提笔犯愁，谈文色变。

作为战略写手，不同的经历、不同的阶段，会有不同的状态、不同的体验。实际上，战略写手一般都要经过“痛并郁闷着”、“痛并快乐着”、“累并快乐着”、“忙并快乐着”四种境界。这是一个从不会、不熟、不精，到会写、能写、善写的过程。达到最高境界，就不会为写作而烦恼，进而成为一流甚至超一流的战略写手。

“痛并郁闷着”，这是写作的初始阶段。因个人能力、经历、学识等因素，许多人开始从事写作时，总把写作当做负担，一接到写作任务，不知如何下手，整天愁眉苦脸，心事重重，闷闷不乐，写作让其痛苦不堪。写手越是紧张，就越是一筹莫展，大脑空白，思路全无，完全陷入“走投无路”的境地。在此情况下，写手身心疲惫地硬性去写作，结果写出的材料很难令人满意。

“痛并快乐着”，这是写作的成长阶段。写手具有一定的写作能力和技巧，有难于破题时的困惑，也有柳暗花明时的欣慰，过程是痛苦的，结果是快乐的。经过了前一个阶段的磨难，基本度过恐惧期，但接到写作任务后，还不能做到一帆风顺、得心应手，要经过苦思冥想，要经历较长时间的痛苦过程，要付出比他人更多的艰辛劳动，要反复修修改改，也可能要推倒重来，但最终还是能够拿出可用的材料。当材料得到较好评价时，战略写手就会获得一定的成就感、快乐感。

“累并快乐着”，这是写作的成熟阶段。写手已具有较强的能力，有了较多知识储备，掌握了写作基本规律，能够承担重要材料的写作，好比一名一流棋手。从搜集素材到完成写作，基本都在自我掌控之中，稿件完成质量比较高，不再需要过多折腾，写作效率大大提高。面对源源不断的写作任务，虽然感觉很累，但是每次都能较好地完成，过程很劳累，结果很快乐，乐在写作中。

“忙并快乐着”，这是写作的最高境界。写手有很强的文字驾驭能力和很好的全局掌控能力，能够准确把握文章的基调，充分理解领导的意图。这时的写手，就好比一个超一流棋手，写作起来游刃有余，触类旁通，旁征博引，文思如泉涌，下笔如有神，一气呵成，从文字组织、语言表达、思想观点到文章结构，无不能高质量、高标准达到要求。虽然承担的写作任务越来越多，每天忙得不可开交，但是写材料已是手到擒来、胸有成竹，不再是为难事、烦恼事，而是一件能体现个人价值和展示才华的快乐事，很忙碌、很超然、很享受。

事实证明，具备了战略写手的素质，掌握了写作的规律，增强了驾驭文字的能力，我们就拥有了写好文章的独门利器，不光是写文章的心态发生重大变化，工作效率也会大为提高，一件本来一天就能干好的事，不再拖到两天、三天，甚至一周、半月，从而极大地提高管理效率。

当然，从初始阶段到最高境界，不是一蹴而就的，但还是可以尽快缩短这个过程。只要不断提升自己，潜心修炼，加强学习，掌握规律，人人都可以提高，人人都可以成为战略写手，在工作中不再为写文章而烦恼。

文章有四种境界：深入浅出，深入深出，浅入浅出，浅入深出。深入浅出是最高境界，也最难。——王梦奎



从大学起步

核心提示

大学阶段是明确未来发展方向、奠定成才基础的重要时期。写作能力是成才的基础性能力，作为大学生要把学会写文章、提高文字表达水平作为学习训练的一项重要内容，打好职业发展和成长成才的坚实基础。要固本培元，提高自身的综合素质，掌握基本的写作知识和技巧；要注重练笔，从写好自己的总结计划开始，多写、勤写，积极向校报校刊投稿；要寻求突破，结合自己的工作生活实际，撰写有一定研究水平和理论素养的稿件向学术刊物投稿，积累投稿经验，树立写作信心，培育写作素养。

大学是人生的重要驿站，是成才的重要阶段。学会写文章，提高文字表达能力不仅是学习中文、新闻等专业学生的主攻方向，也是其他专业学生的重要选项。作为大学生，要在学好自己专业知识的基础上，积极提高写作能力，在大学打好成才的扎实基础，从大学起步逐步迈向成功。

在大学起步，学会写文章，提高写作水平，应该说有基础、有条件、有必要。

文字工作是具有悠久历史，也是进入门槛比较低的工作。高尔基被列宁誉为无产阶级艺术最杰出的代表，他只上过两年学，24岁就发表作品。现任中国作家协会主席铁凝，只有高中学历。比之高尔基与铁凝，当代大学生的起点要高多了，基础要好多了，学习条件与环境更不可同日而语；学会写文章，提高写作水平对大学生来说，完全做得到，条件足够好，成本比较低。同时，对大学生来说，学会写文章，提高文字表达能力，多一技之长，对就业有帮助，对事业发展有重要作用，好处不言而喻，显而易见。

从大学起步，积极提高写作水平，应着力在三个方面下工夫。

(1) 固本培元，努力提升自身的综合素质。写作水平与作者的知识水平呈正相关，知识根底扎实，理论修养深厚，写起文章就会思路开阔，得心应手。《人民日报》原副总编辑梁衡先生将这种知识积累与创作的关系形容为“手中一管墨，胸中墨一桶”。这种知识积累，除了学习自己专业和感兴趣的知识外，