

 大学生现代实用写作系列教材

Caijing Wenshu  
Xiezu Jiaocheng

# 财经文书写作教程

王 纪 高云海 张向凤 编著



对外经济贸易大学出版社  
University of International Business and Economics Press

大学生现代实用写作系列教材

# 财经文书写作教程

王 纪 高云海 张向凤 编著

对外经济贸易大学出版社  
中国·北京

## 图书在版编目 (CIP) 数据

财经文书写作教程 / 王纪, 高云海, 张向凤编著

· 一北京: 对外经济贸易大学出版社, 2013

大学生现代实用写作系列教材

ISBN 978-7-5663-0618-0

I. ①财… II. ①王…②高…③张… 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 (2013) 第 020599 号

© 2013 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

## 财经文书写作教程

王 纪 高云海 张向凤 编著

责任编辑: 王 煜 叶太平

---

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: [uibep@126.com](mailto:uibep@126.com)

---

北京市山华苑印刷有限责任公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 230mm 22 印张 442 千字

2013 年 2 月北京第 1 版 2013 年 2 月第 1 次印刷

---

ISBN 978-7-5663-0618-0

印数: 0 001 - 3 000 册 定价: 39.00 元

# 前 言

我国现存最早的财经文书是古代人们用于“取予”关系的契约，如买卖契、借贷契、租佃契、雇佣契、家产分契等。这些文书，或镌刻在青铜器皿上，公之于世，使规定的内容得到多方承认和信守（如1975年在陕西岐山县出土的3000多年前的西周时期的“裘卫四器”，其中“九年卫鼎”，腹内铸铭文195字，记述贵族裘卫用车及车马饰等换取矩的下属颜的一块林地的事件）；或书写在简牍上，将交易内容和双方的约定一式两份同时写在简牍两边，中间大写一些文字，然后从中间剖开，双方各执其一，应用时两片相对，中间文字相合称为“契合”。这种简牍式契约，长形者称为“质”，多用于大型的交易；短形者称为“剂”，多用于小规模的交易。《周礼·天官冢宰第一·小宰》中就有“傅别”、“书契”、“质剂”等的规定，“傅别”与“质剂”，在实际的功能上，起着防伪凭证的作用，相当于后来的文书的“泥封”和现代文书的“签署”。从西周时对契约的细密分类及其称呼中可以说明，中国早在商周时期的社会生活中，就已经有了契约制度。后来的各个时代，随着社会经济活动的日益发展和丰富，财经文书的种类突破了“契约”的单一形式，而相应的随之发展和演化。

在实施与发展社会主义市场经济的今天，财经文书更是广泛地使用于财政经济的各个领域，直接为经济管理和生产经营活动服务，在传递财经消息，探讨经济发展规律，协调各种经济关系，提高经济效益等方面，起着重要的作用。现今，大到国民经济管理，小到个人投资理财，包括办理银行存款、买卖一个证券，都要用到财经文书。随着财经领域的扩展及门类的增加，财经文书的应用愈加广泛，文书种类逐渐增多，文书形式和写作要求也在不断创新。因此，不但要求专业财经工作者必须具备财经文书写作的能力，甚至要求每一个社会从业人员都要掌握必要的财经文书知识或常用财经文书的使用能力。

财经文书有其专用的文本，特有的写作方法，有规定的或约定俗成的格式和习惯用语。不熟悉这方面的知识，就不能正确的使用有关财经文书；不具备这方面的写作能力，就很难写出合格的财经文书。因此，我们编写这本《财经文书写作教程》的初衷，就是试图在吸纳现有财经写作论著创作精华的基础上，进一步梳理与阐述财经文书写作

的一般规律，为学习财经写作和正确使用财经文书的读者提供一些切实地帮助。

现代财经文书，不像古代财经文书那样以“契约”为主，形式单一，而是文种门类齐全，具体文书形式更是林林总总。对于财经文书的分类，学界也有不同观点。我们认为，财经文书就是三大门类：一是通用行政公文；二是财经专业文书；三是财经理论文章。本书在写作时，按照财经活动实践中业务使用上的一般习惯，把使用频率较高的财经文书归纳为八种具体类型：一是财经调研文书（第二章）；二是财经分析评价文书（第三章）；三是财经策划文书（第四章）；四是财经专业报告（第五章）；五是法规性财经文书（第六章）；六是经济契约文书（第七章）；七是财经推介宣传文书（第八章）；八是涉外财经文书（第九章）。

本书主要讲解常用的近百种具体财经文书形式。对于财经事务性文书中的简单形式（如便条之类）没有列入，对其中较为常用的事务文书形式，则放在相应的类别里讲述，如“涉外财经信函”就是放在第十章“涉外财经文书”里讲述的。对于财经理论文章，我们只是把在财经业务活动中使用频率较高的“财经评论”，放在第八章第四节“新闻类财经文书”里讲述。对于一般财经理论文章的写作知识，由于版面的限制，未予涉及。对于财经活动常用的通用行政公文，由于版面限制，而且本系列教材中另有专著，定稿时也未纳入。

在具体知识的讲解上，采用“五段式”结构：一是讲解知识要点；二是适当用图表、模板展示一般格式；三是例文及分析做示范；四是设计“实践与练习题”，以巩固知识，培养写作能力；五是提供“扩展阅读书目”，供读者扩展学习时参考，以扩大视野，增厚知识。这五种形式有机结合，相得益彰，力争把知识讲明白，格式有形象感，例文及分析有典型性，技术上有可操作性，学习方法上，引导读者扩展阅读，拓宽思路，优化知识结构。

在讲述写作知识的同时，对于和写作该文种关联紧密的财经业务知识也做了适当的讲解，如国际经济法知识对于写作涉外财经文书至关重要，因此在该章第一节做了专门讲解。但在讲解这类内容时，主要是为“文体写作”服务，点到为止。对于文体形式或内容相类似，或相关联，或使用中易混淆的文种，在分类讲述的基础上，又列专节或专题进行“辨析”，使读者加深对文种或具体文书形式的理解和把握，防止在写作实践中误用或错用文种。

本书在重点做好文字讲解的同时，辅之以多种灵活、直观、有效的形式，互为印证，相辅相成，有助于知识的理解和把握。本书援引例文90余篇，并适当予以简析。有的文种，如可行性报告、财务报告、审计报告、企划书等，因为例文一般都较大，不便于全文列举，我们就相应地制作文种格式模板来展示，共设计格式模板20余例。为了方便读者学习，强化知识点，我们又在每一章的正文前设计了“本章关键词”，提纲

挈领，揭示全文内涵；在正文后设计了“本章小结”，简要概括，总结全章要旨，强化知识点，指出重点、难点等。对正文中涉及的某些财经名词术语，正文中不方便展开解释，因此在原稿安排了附录“财经文书写作名词术语汇编”以备参阅，但在定稿时由于版面限制未予刊载。读者在阅读正文涉及到不熟悉的专业名词术语时，可以到有关工具书中查找。

本书在章节安排上，着眼于整体分类，因此在结构上只安排九章，有些章的内容含量比较大，如，第一章实际包含着“财经文书概述”和“财经文书写作基础”两大块内容；第八章“财经推介、宣传文书”，其中包含着“推介”和“宣传”两大块内容，分为两章写作亦无可。但考虑两类文书的内在联系，与文书实际应用中的群组关系及其实践中的使用习惯，分章过细则有割裂文书群组之嫌，所以，我们还是把这些内容放在同一章内加以讲述。读者在学习或教师在组织教学时，可以根据实际情况，把这类内容分成专题来使用。

正文中列举了若干例文，有的还予以解析。“例文解析”也是“一家之言”，未见得就十分中肯，若有不当，且当讨论。正文中援引的某些篇幅较长的例文，由于版面的限制，引用时对原文的某些具体内容做了“省略”处理；还有的例文隐蔽了原文中的单位名称、姓名、品名、电话号码等内容，改用“×××”或“\_\_\_\_\_”等符号来代替，有的还未注明出处。对诸如此类的问题，特向相关方面谨表歉意，恳请见谅。

本书在写作过程中，还参考了若干文献，借鉴了有关专家的研究成果。对此类内容我们有的在正文中用圆括号作了夹注，其它则在“主要参考文献”或“扩展阅读书目”中作了标引，可能还有疏忽遗漏，没有明确标注的。在这里我们谨向以上所有作者一并表示诚挚的感谢！并向那些遗漏标注的作者表示发自内心的歉意！

编 者

2012年11月

# 目 录

## 第一章 财经写作概述

- 第一节 财经文书概述
- 第二节 财经写作基础
- 第三节 财经写作基本功
- 实践与练习题
- 扩展阅读书目

## 第二章 财经调研文书写作

- 第一节 财经调研概述
- 第二节 财经调研方案
- 第三节 财经调查问卷
- 第四节 调查报告写作
- 实践与练习题
- 扩展阅读书目

## 第三章 财经分析评价文书写作

- 第一节 可行性研究报告写作
- 第二节 财经评估报告写作
- 第三节 财务分析与统计分析
- 第四节 经济分析及预测文书
- 第五节 相关文种辨析
- 实践与练习题
- 扩展阅读书目

## 第四章 策划类财经文书写作

- 第一节 商业计划书写作

第二节 企划书(案)写作

第三节 营销策划文书写作

第四节 相关文种辨析

实践与练习题

扩展阅读书目

## 第五章 财经专业报告写作

第一节 财务预、决算报告写作

第二节 财务会计报告写作

第三节 财经审验报告写作

第四节 财经工作总结的写作

实践与练习题

扩展阅读书目

## 第六章 常用法规性财经文书写作

第一节 章程的写作

第二节 规章制度的写作

第三节 经济诉讼文书写作

第四节 企业破产文书写作

实践与练习题

扩展阅读书目

## 第七章 经济契约文书写作

第一节 合作意向书和备忘录写作

第二节 协议书与经济合同写作

第三节 招投标文书写作

第四节 财经证明文书的写作

实践与练习题

扩展阅读书目

## 第八章 财经推介、宣传文书写作

第一节 商品说明书写作

第二节 财经演讲文稿写作

### 第三节 新闻类财经文书写作

实践与练习题

扩展阅读书目

## 第九章 涉外经济文书写作

第一节 中国对外经贸原则和国际经济法

第二节 涉外商务函电写作

第三节 涉外贸易磋商文书写作

第四节 涉外经济合同写作

第五节 国际贸易信用文书

实践与练习题

扩展阅读书目

主要参考文献

后记

# 第一章 财经写作概述

本章关键词:

财经文书概述 财经写作基础 财经写作基本功

## 第一节 财经文书概述

财经，指财政经济，是国民经济的重要部门。财经的内涵包括财政、金融、工商、贸易、证券、投资、理财等方面的内容，凡是与财政、经济有关的内容都属于财经的范畴。

财经文书，是财政、经济部门发布处理财政经济业务的规范和准则，处理财政经济业务或财经活动中发生的各种关系，研究财经领域的理论和实践问题而使用的一类应用文体。

### 一、财经文书的类型

财经文书的种类很多，按照文书的性质和使用功能，可以将财经文书分为三大类型：

#### 1. 财经通用文书

财经通用文书，是指在日常财经公务活动中使用的行政公文、事务文书、公关礼仪文书等。如：财政部、税务总局《关于在部分行业试行农产品增值税进项税额核定扣除办法的通知》（财税〔2012〕38号），是一则关于增值税扣除办法的财经行政公文。

#### 2. 财经专业文书

财经专业文书，是在财经业务活动中使用的文书，具体有方案、契约、经济合同、

标书、市场预测报告、财经活动分析、财务报告、审计报告、财经活动策划书、财经法规、财经广告文案,等等。如:中准会计师事务所有限公司《吉林化纤股份有限公司2011年年度审计报告》(中准审字〔2012〕1026号),就是一则财经审计专业文书。

### 3. 财经理论文章

财经理论文章,是用于指导财经工作实践的理论研究的文体,包括财经工作研究、经济评论、财经论文等。如:吉林省2011年度“五四杯”优秀经济论文一等奖《低碳农业经济理论与现实模式探析》(作者:于畅)、《按照马克思的理论考察“置盐定理”》(作者:王智强,《当代经济研究》2011年第9期),都是关于现实财经热点问题的理论文章。

随着财经行业领域的扩大,财经专业门类的增加,传统的财经文书的种类也在不断细化,新的财经文书种类还会增加。因此,要对财经文书做精准的分类是比较困难的,学术界对于财经文书的分类也是仁者见仁,智者见智。本书着重探讨财经文书的写作规律,研究如何写好常用财经文书,因此,这里只做宏观分类,以期对文体特点有一个整体的把握,在后面几章着重探讨财经文书的文种和具体文书形式的写作实务。

## 二、财经文书的属性特征

财经文书属于应用文书范畴,具有应用文书的共性,同时还具有财经业务特有的属性。归纳起来,大体有七个方面:

### 1. 制发意图的实用性

实用,是财经文书的价值取向,也是财经文书的主要特征。财经文书一般都是“为事而作”,写作目的都是为了解决实际的、具体的财经问题。财经文书的实用价值,主要体现在三个方面:一是为财经管理工作提供依据。财经文书可以反映财经工作中的新动态、新情况、新经验、新问题,进而探索和发现财经活动的发展规律,为有关部门制定财经方针政策、做决策、定计划,提供科学的依据。如财经动态、财经分析文书、可行性(研究)报告等,都会对财经活动产生积极的影响;二是规范财经活动。财经文书针对现实财经管理活动中的各种实际问题,适时地做出决策、指令、通报或说明,提出解决问题的措施和办法,保证财经管理活动沿着正确的轨道运行。如财经命令、财经通知、财经公报等,都是及时对当前财经活动发布指令性文件,保证财经活动统一步调,正常运转;三是对财经改革提供正确的导向。有些财经文书还能梳理国民经济发展的新形式、反映其发展与优化的过程,对财政、经济改革做正确的导向。如财经动态、财经预测、新闻通讯等,都可以对财经活动的运行,发挥导向性作用。总之,财经文书都是实实在在地解决财经工作中某一具体问题,对财经活动发挥指导作用,因而都具有

较高的实用价值。

## 2. 背景资料的真实性

财经文书是反映财经活动规律，解决实际财经问题的，要求它必须从财经活动的实际出发，原原本本反映财经事物的真实面貌，准确无误的传递信息。财经文书不能像文学作品那样可以进行艺术虚构，它必须实事求是，有根有据，绝不可以歪曲事实、随意“掉角度”、夸大其辞，甚至弄虚作假。具体来说，主要有三个方面的内容：一是财经文书所反映的时间、地点、人物、事件、背景、过程、细节等都要符合事实的本来面目，不掺假、不夸张、不走样；二是财经文书引用的各种资料、统计数据等，要准确无误。对一些重要数据，必须经过认真的核实、测算，不能出丝毫纰漏；三是财经文书反映财经活动本身的逻辑关系，揭示财经事实的客观规律。写作财经文书不能因强调求真，而“有闻必录”，也不能“只见树木不见森林”，只罗列现象没有揭示本质，只见偶然，否定必然。好的财经文书，要按照客观实际，对背景资料进行科学的选择排列，从而突出客观规律的真实。

## 3. 文书内容的政策法规性

市场经济是法制经济，有关的财经法规和政策是财经活动运行的基本规则，也是财经文书写作的指导方针。财经文书的内容要求体现和渗透财经法规和政策的精神，要以有关的法规和政策为依据去分析财经现象，研究财经形势，解决具体问题；财经文书要求结合财经工作的具体任务、具体事件、具体问题，贯彻宣传国家的有关法规和政策，反映国家政权的政治意向和根本利益。如签订经济合同，其内容必须遵循《合同法》的有关规定，必须规范在国家法律以及有关财政、金融、税务、财务、物价等方面的政策允许的范围之内；发布宣传广告也要按照《广告法》的有关规定进行，保证广告内容的真实与合法，等等。因此，一般财经文书都具有很强的政策性、指令性，甚至强制性，要求相关方面必须遵照执行。

## 4. 行文的针对性和定向性

财经文书的起草人有专任撰拟和代拟两种。但无论专任撰拟或代拟的财经文书，其法定作者都是“专任”的，是行文责任的主体。法定作者发布财经文书，一般是针对固定的群体而发，读者范围是固定的。不但财经行政公文的读者范围有固定的群体，经济合同、方案、预算书等也都有很强的针对性。如，“经济合同”就是针对“甲、乙”双方的，“读者”就是甲、乙方和公证、仲裁部门；“会议预算书”是申请会议经费和筹办会议用的，“读者”对象就是财务主管部门、主管领导，以及会议筹办有关人员等。

## 5. 写作格式的规定性

财经文书专业性很强，为了表达准确得体，处理及时迅速，在长期的写作实践中，

逐渐形成了相对固定的格式与写作规范。具体文体都有自己大致的模式，写作上也要按照一定的规格、程式、标准和要求进行，不允许制作者随心所欲，自行改变。在语言运用上，财经文书在长期写作中形成了一些惯用语，或程式化的语言，形成了规范、严谨的语体特点。如，《经济合同》开头都要写明“甲方：××××；乙方：××××”“第一章 总则 第一条 ……”。写作上的规范化，甚至固定的格式，使财经文书做到统一、完整、准确、有效。现代化办公条件下，财经文书多通过计算机来写作，通过网络来运行，写作格式的规范化也为现代化办公和进行科学化管理奠定了基础。

#### 6. 文书运转的时效性

财经文书综合处理财经信息，指导财政经济工作，解决财经活动中实际问题，对时效性要求很严格。市场经济风云变幻，竞争中的成败常常就在“时间差”上——捷足先登，“慢半拍”坐失良机。财经文书捕捉有价值的信息，做出科学的预测和正确的决策，提出切实可行的措施方案，都强调“及时”。过时的信息，不仅无益，甚至会造成损失。信息传递越快，指导性就越强，文书的使用价值也就越大。过了有效期的财经文书毫无使用价值，或只具有档案价值。因此，财经文书写作和运行，都必须做到及时，及时行文，及时处理，不失时机，甚至争分夺秒。如，关于5月份股市行情预测报告，4月下旬以前发出，对证券市场管理部门和市场参与群体都具有指导意义，如果到5月中才发表，其使用价值就大打折扣了。

#### 7. 终极目标的效益性

经济效益是财经管理的核心内容，提高经济效益是所有财经管理活动的根本目标。财经文书注重对财经活动中影响经济效益诸因素的分析，注重提供有助于提高经济效益的切实可行的措施与方案，保证财经活动的正常运行，实现最佳经济效益。财经文书直接反映、影响和作用于财经活动，把提升经济效益作为写作的出发点和终极目标。具体是从某一角度，或某一方面，以特定的内容、独有的形式和有效的方法，为提高经济效益服务。如，《产品销售合同》是为保证购销双方的权益，实现切身经济利益服务；《财务分析》是总结财务工作的经验教训，为企业改善财务状况，增强盈利能力服务；再如《产品推介书》则更是直接推销商品（或服务），以实现经济效益。

### 三、财经文书的作用

财经文书广泛用于财政、经济领域，直接为经济活动和管理服务。在市场经济日益发展的今天，财经文书在传递财经消息，探讨财经发展规律，协调各种经济结构之间的关系，提升财经管理效率，扩大经济规模，提高经济效益等诸多方面，都在发挥着重要的作用。

### 1. 强化财经管理——领导和指导作用

财经管理是一个多层架构的组织系统，其中包含若干部门和层次，为了使系统中各个部门、各个环节的活动步调一致，需要借助于财经文书这个有效的管理手段把这个多层架构组织成一个有机的整体。比如，财经行政公文，可以及时地将党和国家的方针政策或上级部门的指令、决策、任务、要求、计划等传达给下级部门，对基层单位的财经工作及时进行具体的领导或指导，使组织系统上下统一思想，协同动作，维护正常的财经秩序，使组织系统的运行保持良好的态势；再如，经济合同、工作方案、审计报告、财务分析等专业文书，也可以规范和约束有关方面的具体业务行为，维护正常的经济秩序；至于财经理论文章，则可以从思想、理论和实践等多角度对财经活动进行研究和探讨，为财经实践奠定思想理论基础，指导财经实践活动始终沿着正确的轨道运行，或进行必要的改革或创新。

### 2. 维护财经秩序——沟通和交流作用

现代管理更强调科学管理，美国管理学家 F·W·泰罗 (Taylor) 指出：“管理技术的定义是确切知道要别人干什么，并注意他们用最好最经济的方法去干”（《科学管理原理》）。财经科学化也需要充分的专门为财经管理目标和管理活动服务的管理信息，包括内生信息、外生信息、历史信息、实时信息，包括能够反映组织各种业务活动空间上的分布状况和时间上的变化程度，并能给组织的管理决策和管理目标的实现有参考价值的统计数据、情报资料等。基层单位通过报告、情况反映、建议书等财经文书形式向上级部门汇报工作、反映情况、提出建议等，主动接受上级机关的领导；经济实体之间、系统内部部门之间，也要通过公告、经济合同、协议书、函电等财经文书形式交流信息，加强横向联系，沟通情况，互通有无，争取合作（配合），或促进公平竞争。

### 3. 拓展财经外延——推广和宣传作用

财经活动也经常需要推广和宣传，以拓展其外延，争取更大更好的经济效益，这也要借助相关财经文书的有效形式。主要表现在三个方面：一是推广与宣传典型经验。通过财经通讯、会议纪要、财经综述（述评）等财经文书形式，对错综复杂的财经现象和商情进行科学的调研与分析，总结经验教训，揭示规律，推广典型经验，指导全局工作，引导财经工作的正确走向；二是对产品（技术、服务）进行推广与宣传。通过推介书、会议纪要、说明书等形式，企业可以及时发布或获取商品“产、供、销”，以及技术、服务等方面的资讯，加速商品（技术、服务）流通，开拓市场，扩大销售或服务范围，提高经济效益；三是对企业知名度与美誉度的推广与宣传。现代市场经济环境下，品牌效应凸显，企业的经济效益、事业的发展，都与企业的社会知名度紧密关联。事实证明，现代企业社会知名度越高，美誉度越好，发展的社会环境优越，产品（技术、服务）销售就越顺畅。企业发展顺风顺水，市场竞争力就越强，发展前景就越广

阔。反之，企业发展的道路上充满重重障碍，将会步履维艰。为了提高企业的社会知名度与美誉度，主要靠自身的业绩（打铁还需本身硬），此外，“酒好也怕巷子深”，“养在深闺无人识”，还得通过有效的形式来进行推广和宣传。

#### 4. 延伸财经时效——依据和凭证作用

有些财经文书除了具有直接的使用价值外，还能发挥延伸效应。比如，来自上级管理部门的财经文书（公报、通知、指示等）常常是下级单位做出决策，开展工作的政策依据；来自下级单位的财经文书（报告、请示、情况反映等）常常是上级机关制定政策、部署工作的情况根据；与有关方面发生权益关系而形成的财经文书，则是有关方面维护自身合法权益的凭证，一旦发生财经纠纷，这些文书就是处理纠纷、分清责任的凭证和法律依据。

特定的财经活动结束后，有些财经文书还需要作为档案资料归档保存，以备查考。文书的使用价值得以延伸，为研究财经活动规律，总结经营管理的经验教训，预测经济发展的趋势，制订未来财经规划，或处理财经活动纠纷等，提供依据或参考。

## 四、财经文书与其他文书的区别和联系

财经文书是一种应用文体，与相近的文体之间，既有区别又有联系。了解这些区别和联系，把握财经文书的界限，对于正确进行财经写作很有必要。

### 1. 财经文书与文学作品

财经文书与一般文学作品，如散文、诗歌、小说、戏剧等形式，共同之处，都是社会意识形态，都是在一定的社会经济基础上发展起来的，都是以语言为工具，对一定时代的社会生活予以反映。但财经文书与一般文学作品又有着明显的区别：一是在语言形式上，财经文书的语言贵在朴实明白，而文学作品语言贵在文采飞扬；二是在内容方面，财经文书采取客观的反应方式，要求材料翔实、准确无误，事件的时间、地点、人物、原因、经过、结果等必须真实，事物的外形、大小、性质、特征、用途、必须准确，所使用的数字、图表、例子必须可靠。总之财经文书的内容必须具有客观的实在性；而文学作品则采取了“对世界的艺术的掌握方式”，它依据生活而又不是照搬生活，不拘泥于“真人真事”，人物形象、事件、环境等都是采取虚构、生发、组合、创造的，具有客观情理性，但并非客观实在；三是从写作角度，它们都是思维活动的成果，但财经文书主要用的是逻辑思维，用抽象的概念、去反映社会生活。作者以客观的情态，用客观事实、统计数字、逻辑的判断和推理来叙事说理；而文学作品主要用的是形象思维，始终伴随着强烈的感情活动，通过想象（幻想、联想）和虚构的情节，借助生动感人的形象描绘来说事明理；四是从“读者”收受角度，它们都有认知价值，

但财经文书给接收者以事实与理智，评价财经文书则侧重于客观真实性和实用功能的内涵；而文学作品则给读者以感情和想象，鉴赏文学作品则侧重于艺术真实和审美创造方面；五是从功能来看，它们都有社会价值，但财经文书主要是传递财经信息的工具，重在实用价值；而文学作品则是社会感化的手段，重在审美价值。

### 2. 财经文书与一般文书

文书是一个大概念，广义的文书是指人们用来记录、发布和交流信息的文字材料。而财经文书是文书的一个种类，从逻辑学角度，文书（b 概念）是种概念，或上位概念；财经文书（a 概念）是属概念，或下位概念，二者是种属关系。因此，在 a 概念与 b 概念的关系上，所有的 a 都是 b，但有的 b 不是 a，即作为属概念的财经文书的全部特征（外延），与文书的部分特征（外延）是重合关系。因此，写作财经文书一定要明确这个种属关系，既要遵循文书写作的一般规律，又要把握期间的细微差别，突出财经文书的写作特点。

### 3. 财经文书与行政公文

行政公文，前面已经讲过，是行政机关在行政管理或处理公务过程中所形成的具有法定效力和规范体式的公务文书，是依法行政和进行公务活动的重要工具。我国行政公文有统一性的特点，它的格式、种类、行文规则、办理等都是全国统一的，一般遵照国务院办公厅《行政公文处理办法》执行。无论行政管理，还是从事专业工作，都要借助这些行政公文来传达政令、决策事项、处理公务、协调关系，使组织系统或具体工作有效运行。行政公文的主要特点是具有法定效力与规范的体式，由法定作者（即依法成立并能以自己的名义行使权力和担当义务的组织）制成和发布；行政公文的运转要履行法定的程序。因此，财经文书与行政公文，概念也是交叉的，其中通用财经文书和若干财经法规和一般行政公文属于同一范畴，其制发和应用都要按“行政公文处理办法”执行。而有些财经专业文书，如信函、策划书、事务文书、广告文案、财经预测分析文书、财经新闻通讯、财经理论文章等，都不属于行政公文的范畴，这类文书的制发一般也有相对稳定的形式，但一般都是约定俗成，不一定是严格规定的。一般财经文书的格式和表达方式则相对灵活。

## 第二节 财经写作基础

财经写作属于应用写作的范畴，与一般应用写作一样，也有主题、材料、语言和结构四大要素。同时由于财经写作是一种应用广泛的专业写作，在写作普遍规律的基础上，上述要素的构成又具有其特有的规律，写作财经文书，首先就要把握好这些规律。

## 一、确定主旨——立意

写作财经文书，首先要“立意”，即确定文书的主旨。财经文书的主旨，相当于记叙文的主题思想，相当于议论文的中心论点。“立意”，也是形成“主旨”的过程，也就是确定文书作者或文书主体（法定作者）的发文目的和观点，就是对某一财经事件所持的态度、看法、意见或主张。“立意”，是财经文书写作的第一要素，也是财经文书的灵魂，首先要把握好。有的财经文书（如行政公文）的主旨是由法定作者指定的，撰稿人只能“应命写作”，领会行文意图，把握既定的主旨。而财经分析、预测及财经评论等，则由撰稿人来确定主旨。

财经文书的“立意”，要遵照四个原则，概括说就是四个字：一是“大”——着眼于大局。要从维护国家最高利益，维护整体和大局利益的高度来确立主旨。文书中所发布的理论、主张、政策、主意、办法、措施等，都要符合国家财政、经济的发展目标，有利于促进社会经济生活的良性运转，有利于整体经济效益的提高。不符合这一原则的文书，就没有高度；违背这一原则的文书，便是败笔；二是“合”——合规合法。有关法律法规和上级的方针政策是财经文书写作的根本依据。确立文书主旨要依照国家有关法律法规及上级有关方针政策的规定，不越“雷池”。文书中所要提出、分析、解决的问题必须符合有关法律法规及方针政策的要求，观点鲜明，合规合法；三是“行”——切实可行。要依照客观实际，实事求是的确立主旨。财经文书所要表达的意见、主张、办法、措施等，都要建立在实事求是的基础之上，要科学、合理、规范，要符合客观实际情况，在实践应用中切实可行；四是“新”——要有新意。财政经济事物也是“与时俱进”的，在不断发展变化的运动之中前行，有时甚至“摸着石头过河”。特别是在我国经济转型期，新事物、新情况不断涌现。加之世界金融危机事件时有发生，对我国正常的财政经济活动带来冲击。在这样的情势下，确立财经文书的主旨，更要研究新形势，总结新经验，制定新办法，提出新要求，用发展变化、运动的观点来确定文书主旨。这样确定主旨，会新鲜、运动、发展，更具有使用价值。

## 二、运思议拟——构思

刘勰在《文心雕龙·神思》中描述了写作过程的重要现象“神思”（“文之思也，其神远矣”）；杨荫浒先生在全国自学考试教材《写作》一书中说“运思，是文章写作过程中最富于创造性的一项内容。它渗透于整个写作过程，但又比较集中地体现在审题、拟题之后，动笔起草之前的一个阶段”。“神思”、“运思”，还有“创意”等，这