

21 世纪应用写作系列教材

黄卓才 主编



Secretary Writing

实用

文秘写作

邢 维 黄卓才 编著

中山大学出版社

21 世纪应用写作系列教材

黄卓才 主编

实用文秘写作

邢 维 黄卓才 编著

中山大学出版社

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

实用文秘写作/邢维, 黄卓才编著. —广州: 中山大学出版社, 2006. 11

(21 世纪应用写作系列教材/黄卓才主编)

ISBN 7 - 306 - 02801 - 4

I. 实… II. ①邢… ②黄… III. 公文—写作—教材 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 125313 号

策 划: 蔡浩然

责任编辑: 浩 然

封面设计: 曹巩华

责任校对: 曾育林

责任技编: 何雅涛

出版发行: 中山大学出版社

编辑部电话: (020) 84111996, 84113349

发行部电话: (020) 84111998, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传真: (020) 84036565

印 刷 者: 广东南海系列印刷公司

经 销 者: 广东新华发行集团

规 格: 787mm × 960mm 1/16 21.75 印张 435 千字

版次印次: 2006 年 11 月第 1 版 2006 年 11 月第 1 次印刷

定 价: 34.90 元 印数: 1 - 5000 册

本书如有印装质量问题影响阅读, 请与承印厂联系调换

内 容 提 要

本书的内容和体例突出“实用”和“创新”两大特色，旨在更新文秘写作教材，跟上现代化文秘工作的步伐，为学习者提供了切实有效的写作实践指导。

全书 17 章，第一章是实用文秘写作概论，以后各章对文秘写作主要文体的写作理论知识和技巧进行系统的介绍和分析。本书所选的实用文体分成公文、文书、文案、文稿四大类别，具体为公文（通用规范公文）、文书（新兴文书、章则文书、公文文书、礼仪文书、契约文书、诉讼文书）、文案（调查文案、策划文案、会议文案）以及文稿（总结文稿、消息文稿、研究文稿）四类 60 余种，内容丰富鲜活。每个文种后面都附有写作范例和阅读指点，每章后面附有练习题，便于学习者尽快掌握各类各种文秘写作规律和技能。特别是公示、申论、公务电子邮件等文体的写法研究，是一个首创。

本书适合高等院校、高职高专及中专的文秘、行政管理、企业管理以及相关专业的写作课教材，适合党政机关、企事业单位文秘人员作培训用书，也可供在职秘书、办公室文员、社会青年、求职人员及喜爱文秘写作的读者作为自学参考读物。

总 序

我国现代应用写作学科从20世纪80年代初诞生至今,不过20多年时间,但它的发展却十分迅速。作为大学写作教师、学科发展历程的见证人,我不得不惊叹于它的成长速度和旺盛的生命力!

记得当年,学科建设的起步并不轻松。不要说一般的文人墨客心目中只有文学,没有文章、文书;就连大学的写作老师,也不大愿意开应用写作课。因为当时的强势舆论认为,文学创作才是高级的,应用写作只是“小儿科”——其中的潜台词就是说,在中小学教点日常应用文常识就够了,它不是学问,不能登高等学府的大雅之堂……有些人甚至极力主张取消写作课和大学语文课。在这样的空气下,谁愿意去碰应用写作呢?

但是,仅仅20多年时间,应用写作学科就茁壮地成长起来了。1984年,我参编《写作大要》^①,此书编著的初衷主要被用作高校文史类专业《基础写作》课教材。内容除了主题、材料、结构、语言、表达方式、文风等传统基础知识外,在文体部分,文学创作虽然仍占相当大的分量,但也选入了消息、通讯、调查报告、计划、总结、公文、议论文、说明文、学术论文等应用体裁。这本教材后来出到第四版,印行40多万册,说明读者是认可的。它从一个侧面反映了应用写作在与传统观念的抗争中悄然崛起。

而现在,大概没有哪个大学不开应用写作课程,也没有谁再会随便说要取消应用写作课了。市面上,此类教材琳琅满目。由应用写作学科分支出来的子学科,即专业应用写作,更有如百花吐艳,争妍斗丽。行政的、文秘的、公关的、财经的、司法的、税务的、新闻的、广告的、科技的……各种专业应用写作教材应运而生。我1993年主编出版的《经济写作》^②,十多年来不断改版应市,持续旺销;1996年主编的“企业实用写作丛书”^③(含《企业公关写作》、《企业规章写作》、《企业公文写作》、《商业营销写作》、《金融写作》、《企业财税文书写作》、《经济广告写作》、《企业科技写作》等八种),也被不少院校和企业培训机构采用为教材;2003年主编的《文秘

① 该书在中山大学出版社出版

②③ 两书均在暨南大学出版社出版

管理与写作》^①、2005年主编的《旅游写作》^②，都正在推广，受到有关院校、专业和行业读者的欢迎。我个人在应用写作学科建设中的经历尽管极其有限，但也足以印证其发展势头之迅猛，前景之广阔。

应用写作的蓬勃发展，原因是多方面的。但我觉得其中两个因素最为关键。

首先是由于客观需求决定的。我国现代应用写作学科伴随着开放改革起步，可以说是天时、地利、人和兼而得之。14年前，在《经济写作》一书的绪论里我这样描述：

从20世纪70年代末期起，改革开放的大潮汹涌澎湃，一浪高过一浪。在现代化建设中，经济建设被确立为中心的地位。社会经济活动空前活跃，人们需要申报建设项目，需要了解经济信息，谋求内外沟通，预测市场趋势、交流经营管理经验、需要宣传企业、推销产品、树立企业和企业家的形象。如此等等，都免不了要动笔写文章，经济写作理所当然地引起了人们的兴趣和重视。面对经济建设的新景象、新课题、新问题，传统文章体裁的“旧瓶”被匆匆装上当代经济思想、内容和方法的“新酒”，一些前所未有的经济应用文章体裁也适应时代的需求应运而生。在公开出版的报纸、杂志、书籍里，大量的经济实用文涌现在读者面前；在内部经济管理运作和日常经济交往中，更有许多此类文章在架构、在撰写、在传播……

经济战线如此，其他战线又何尝不是这样呢！当时我任课的班级中有一个200多人的成人班，学员都是在职干部和员工，来自广州地区的多条战线、众多部门和企事业单位。学员说，写作课在实际工作中太有用了。一篇总结、一篇调查报告，甚至一个通知、一个申请书，似乎很简单，但往往就是写不好。我联系他们的实践，结合习作讲点写作知识，他们觉得很顶用。我批改过的作文，有的学生一直“珍存”着。历届毕业生在职场中拼搏，靠笔杆子闯天下而获得成功者，大有人在。毕业生的信息反馈，进一步加强了我们建设应用写作学科的决心。

其次是电子技术的发展对应用写作的促进。电脑写作、网络传递、手机

①② 两书均在广东高等教育出版社出版

发送等新技术,改变了传统的写作方式和传播方式,同时也改变了人们的思维和学习、工作习惯。效率和效益的追求又促使人们不断创新求变。政府机关的公文处理率先走向国际化、规范化、电子化,先进企业特别是外资跨国企业的文秘工作率先实现无纸化。电子邮件、手机短信不但成为人们日常生活中重要的通讯工具,甚至也成为机关团体和企事业单位办公的得力助手。更多的文章新体裁、新品种涌现出来,文案写作与幻灯片、影视片制作的结合,文字表达方式与照片、设计图、表格乃至模型、音像等可视化、感性化、立体化表达方式的结合,等等,都使现代应用写作发生了前所未有的变化。

应用写作正在向新世纪挺进、向现代化挺进。在这样的时刻,我应中山大学出版社之约,主编这套“21世纪应用写作系列教材”,最大的愿望,就是努力追赶时代前进步伐,让新教材与时俱进,为教学和培育新人服务。

我希望这套教材以内容新颖、规范、可操作性强和语言通俗明了为特色,特别是突出“创新”和“实用”。

第一,要关注社会文明的进步和人文精神的注入,关注新的写作思维、新的文书操作模式、新的语言风尚和表达方式,因为这些对应用写作都会产生积极影响。

第二,要注意吸收文书工作的新经验和写作学界最新的研究成果,收入近年流行、已被广泛使用、相对成熟的新体裁、新文种。电脑网络写作和电子文稿处理的知识,以及电子邮件、手机短信、论坛帖子、网络日志、网络新闻、网络广告、探索性新闻报道、申论、公示、经济信息参考、旅游策划文案、进展报告、促销说明书、知识产权申请书等新体裁、新文种,将会进入本丛书。

第三,在编写体例上,努力进行新的尝试。比如《实用经济写作》中的“例文解读”,每章专门设立一节,分析例文。这样做,是因为我们相信具体的例文比之抽象的写作知识更感性、更生动,更有参考借鉴价值。

第四,让“小鬼”挑大梁。在本丛书的作者队伍中,只有少数几位是资深教授、老专家,而三十来岁至四十岁出头的年轻人则占了大多数。这些年轻人学历较高,身处教学和文书工作第一线,在多年的实践中积累了相当的经验。尤其可贵的是他们精力充沛、思想敏锐、眼光锐利,比老一辈教授、专家更好地掌握着现代化的写作技术和电子传播技术。他们是学科建

设、教材建设的新生力量。大胆起用年青人、老中青结合，是这套丛书实现创新的有力保证。

丛书的编写工作正在中山大学出版社的大力支持和总编辑蔡浩然教授的策划、指导下有序地进行。我相信，它将以崭新的面貌呈现在读者面前，为新世纪的应用写作教学和研究发出自己的热和光。

黄卓才

2006年5月30日于暨南大学羊城苑

目 录

总序	(I)
第一章 实用文秘写作导论	(1)
第一节 实用文秘写作的内涵	(1)
一、实用文秘写作的概念	(1)
二、实用文秘写作的作用	(1)
三、实用文秘写作的步骤与方法	(2)
第二节 实用文秘写作的特征	(4)
一、服从集体意志	(4)
二、体现政策法规	(4)
三、使用实用文体	(4)
四、遵循格式程序	(5)
五、讲求写作效率	(5)
第三节 文秘人员提高写作水平的途径	(5)
一、学习政策, 占有材料	(6)
二、掌握写作理论, 熟悉常用文体	(6)
三、坚持做到“三多”, 不断提高水平	(7)
四、修炼语言文字, 增强表达能力	(7)
五、加深基本功底, 加强上进后劲	(8)
练习题	(11)
第二章 公文概说	(12)
第一节 公文的特点、种类和作用	(12)
一、公文的特点	(12)
二、公文的种类	(13)
三、公文的作用	(14)
四、例文与阅读指点	(16)
第二节 公文的格式、语言、草拟和制作	(17)
一、公文的格式	(17)
二、公文的语言	(22)
三、公文的草拟	(22)

四、公文的制作	(23)
第三节 电子公文	(24)
一、电子公文的含义	(24)
二、电子公文的特点	(24)
三、电子公文的特殊要求	(25)
练习题	(26)
 第三章 通用规范公文六种	(27)
第一节 命令、决定	(27)
一、命令(令)	(27)
二、决定	(29)
三、例文与阅读指点	(31)
第二节 公告、通告	(33)
一、公告	(33)
二、通告	(34)
三、例文与阅读指点	(37)
第三节 通知、通报	(38)
一、通知	(38)
二、通报	(42)
三、例文与阅读指点	(44)
练习题	(46)
 第四章 通用规范公文七种	(47)
第一节 议案、报告	(47)
一、议案	(47)
二、报告	(48)
三、例文与阅读指点	(50)
第二节 请示、批复、意见	(52)
一、请示	(52)
二、批复	(54)
三、意见	(55)
四、例文与阅读指点	(57)
第三节 函、会议纪要	(59)
一、函	(59)

二、会议纪要	(61)
三、例文与阅读指点	(62)
练习题	(64)
第五章 通用规范公文五种	(65)
第一节 决议、指示	(65)
一、决议	(65)
二、指示	(66)
三、例文与阅读指点	(67)
第二节 公报、条例	(68)
一、公报	(68)
二、条例	(70)
三、例文与阅读指点	(72)
第三节 规定	(76)
一、规定的含义与特点	(76)
二、规定的内容与结构	(76)
三、规定的写作要求	(77)
四、例文与阅读指点	(77)
练习题	(80)
第六章 新兴文书	(81)
第一节 申论	(81)
一、申论的含义	(81)
二、申论的特点	(81)
三、申论考试的环节和解答步骤	(82)
四、答题过程和技巧	(82)
五、例文与阅读指点	(85)
第二节 公示	(88)
一、公示的含义	(88)
二、公示的特点	(88)
三、公示的结构与内容	(89)
四、公示注意事项	(90)
五、例文与阅读指点	(91)
第三节 公务电子邮件	(92)

一、公务电子邮件的含义和特点	(92)
二、公务电子邮件的内容和结构	(92)
三、写作注意事项	(94)
四、例文与阅读指点	(94)
练习题	(95)
第七章 调查文案	(97)
第一节 调查问卷	(97)
一、调查问卷的含义	(97)
二、调查问卷的内容与结构	(97)
三、调查项目设计的注意事项	(97)
四、提问的方式	(98)
五、例文与阅读指点	(99)
第二节 调查报告	(102)
一、调查报告的含义	(102)
二、调查报告的特点	(102)
三、调查报告的种类	(103)
四、调查报告的内容与结构	(104)
五、调查报告的写作要求	(106)
六、例文与阅读指点	(108)
练习题	(111)
第八章 策划文案	(113)
第一节 计划	(113)
一、计划的含义	(113)
二、计划的分类	(113)
三、计划的特点	(113)
四、计划的内容与结构	(114)
五、计划的写作要求	(115)
六、例文与阅读指点	(116)
第二节 规划	(118)
一、规划的含义	(118)
二、规划的特点	(118)
三、规划的内容与结构	(119)

四、规划的写作要求	(121)
五、例文与阅读指点	(121)
第三节 方案	(125)
一、方案的含义	(125)
二、方案的特点	(125)
三、方案的内容与结构	(127)
四、方案的写作要求	(127)
五、例文与阅读指点	(127)
第四节 预案	(129)
一、预案的含义	(129)
二、预案的特点	(130)
三、预案的分类	(131)
四、预案的内容与结构	(131)
五、预案的写作要求	(132)
六、例文与阅读指点	(132)
练习题	(135)
 第九章 总结文稿	(136)
第一节 工作总结	(136)
一、工作总结的含义	(136)
二、工作总结的分类	(136)
三、工作总结的特点	(136)
四、工作总结的内容与结构	(137)
五、工作总结的写作要求	(139)
六、例文与阅读指点	(139)
第二节 述职报告	(143)
一、述职报告的含义	(143)
二、述职报告的分类	(143)
三、述职报告的特点	(144)
四、述职报告的内容与结构	(145)
五、述职报告的写作要求	(145)
六、例文与阅读指点	(146)
练习题	(148)

第十章 会议文案	(149)
第一节 主持词	(149)
一、主持词的含义	(149)
二、主持词的分类	(149)
三、主持词的特点	(150)
四、主持词的内容与结构	(150)
五、主持词的写作要求	(151)
六、例文与阅读指点	(152)
第二节 开幕词、闭幕词	(153)
一、开幕词	(153)
二、例文与阅读指点	(155)
三、闭幕词	(156)
四、例文与阅读指点	(158)
第三节 讲话稿	(159)
一、讲话稿的含义	(159)
二、讲话稿的分类	(160)
三、讲话稿的特点	(160)
四、讲话稿的内容与结构	(160)
五、讲话稿的写作要求	(162)
六、例文与阅读指点	(162)
第四节 会议简报	(165)
一、会议简报的含义	(165)
二、会议简报的特点	(165)
三、会议简报的内容与结构	(165)
四、会议简报的写作要求	(166)
五、例文与阅读指点	(167)
练习题	(168)
 第十一章 章则文书	 (169)
第一节 章程	(169)
一、章程的含义	(169)
二、章程的特点	(169)
三、章程的分类	(170)
四、章程的内容与结构	(170)

五、章程的写作要求	(172)
六、例文与阅读指点	(172)
第二节 办法	(175)
一、办法的含义	(175)
二、办法的特点	(175)
三、办法的内容与结构	(175)
四、办法的写作要求	(177)
五、例文与阅读指点	(178)
第三节 细则	(182)
一、细则的含义	(182)
二、细则的特点	(182)
三、细则的内容与结构	(183)
四、细则的写作要求	(184)
五、例文与阅读指点	(185)
第四节 公约	(187)
一、公约的含义	(187)
二、公约的特点	(187)
三、公约的内容与结构	(188)
四、公约的写作要求	(189)
五、例文与阅读指点	(189)
练习题	(190)
 第十二章 消息文稿	(191)
第一节 消息	(191)
一、消息的含义和特点	(191)
二、消息的分类	(192)
三、消息的内容与结构	(193)
四、消息的写作要求	(197)
五、例文与阅读指点	(197)
第二节 新闻发布稿	(199)
一、新闻发布稿的类型	(199)
二、新闻发布稿与新闻消息比较	(199)
三、新闻发布稿的内容与结构	(200)
四、新闻发布稿的写作要求	(201)

五、例文与阅读指点	(201)
第三节 公关广告	(204)
一、公关广告的含义	(204)
二、公关广告的分类	(204)
三、公关广告的作用	(206)
四、公关广告的内容与结构	(207)
五、公关广告的写作要求	(208)
六、例文与阅读指点	(209)
练习题	(210)
 第十三章 公关文书	(211)
第一节 简介	(211)
一、简介的含义	(211)
二、简介的分类	(211)
三、简介的特点	(211)
四、简介的内容与结构	(212)
五、写简介应注意的问题	(213)
六、例文与阅读指点	(214)
第二节 意向书	(215)
一、意向书的含义	(215)
二、意向书的分类	(215)
三、意向书的作用	(216)
四、意向书的内容与结构	(216)
五、意向书的写作要求	(216)
六、例文与阅读指点	(217)
第三节 倡议书	(220)
一、倡议书的含义	(220)
二、倡议书的特点	(220)
三、倡议书的内容与结构	(221)
四、倡议书的写作要求	(221)
五、例文与阅读指点	(222)
第四节 启事与声明	(224)
一、启事	(224)
二、例文与阅读指点	(226)

三、声明	(227)
四、例文与阅读指点	(229)
练习题	(231)
第十四章 礼仪文书	(232)
第一节 请柬与聘书	(232)
一、请柬	(232)
二、聘书	(234)
三、例文与阅读指点	(236)
第二节 欢迎词与答谢词	(237)
一、欢迎词	(237)
二、例文与阅读指点	(239)
三、答谢词	(241)
四、例文与阅读指点	(242)
第三节 祝贺信	(244)
一、祝贺信的含义	(244)
二、祝贺信的分类	(244)
三、祝贺词的特点	(244)
四、祝贺信的内容与结构	(245)
五、祝贺信的写作要求	(246)
六、例文与阅读指点	(246)
第四节 慰问信与感谢信	(248)
一、慰问信	(248)
二、例文与阅读指点	(249)
三、感谢信	(251)
四、例文与阅读指点	(253)
练习题	(253)
第十五章 契约文书	(254)
第一节 合同	(254)
一、合同的含义	(254)
二、合同的种类	(254)
三、合同的作用	(255)
四、合同的特点	(255)