

X D W A J Q Y F L C S

现代文案技巧与范例丛书

CHANGYONGWE



NSHUXIEZUO

常用 文书写作



哈尔滨出版社



常用文书写作

主 编：冯 坛 白 宇

副主编：艾才国、杜 芳 王松岩

哈尔滨出版社

图书在版编目(CIP)数据

常用文书写作 / 丁楠,倪玉主编. —哈尔滨:哈尔滨出版社,2004.1

(现代文案技巧与范例丛书)

ISBN 7-80699-108-5

I. 常… II. ①丁…②倪… III. 公文-写作

IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 119652 号

责任编辑:李英文

封面设计:王 绘

常用文书写作

哈尔滨出版社

哈尔滨市南岗区贵新街 170 号

邮政编码:150006 电话:0451-86225161

E-mail:hrbcbs@yeah.net

网址:www.hrbcs.com

全国新华书店发行

哈尔滨报达人印务有限公司印刷

开本 880×1230 毫米 1/32 印张 13.125 字数 316 千字

2004 年 1 月第 1 版 2004 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-80699-108-5/H·13

定价:18.80 元

版权所有,侵权必究。举报电话:0451-86225162

本社常年法律顾问:北京岳成律师事务所黑龙江分所

《现代文案技巧与范例》丛书编委会

顾 问：杜少枚(中国经济时报)

张锡杰(中共中央办公厅)

魏嘉逸(国务院机关事务管理局)

阳 虹(北京广播学院)

庞廷福(经济日报)

李晓岚(中央教育科研所)

主 编：丁 楠 倪 玉

副主编：吴炳荣 于新光 白 宇

《常用文书写作》编委会

主 编：冯 坛 白 宇

副主编：艾才国 杜 芳 王松岩

编 委：王国心 刘彦林 冯玉玲 邢明丽

王利辉 刘 军 王利明 周宪堂

白明利 杨广礼 陈晓环 吴建华

王曼青 陈 瑄

前 言

古今中外,因一个字、一标点、一句话、一段文、一篇章而导致政治的兴盛与衰落、战争的胜利与失败、经济的暴富与潦倒、爱情的拥有与失落的案例不胜枚举。于是,我们有了不同于杞人忧天的忧患意识,有了面对历史与现实的失误而举案范例的修正。凡策划、凡动作、凡实施,在知识经济时代,不能没有不同于文牍主义的文案,规范要不失创新,创新应有技法。我们既授人以鱼,也授人以渔。给人们一个典范的例子或方程式,将所要写的具体材料如变数一样,套在这个公式中。解开这个方程便有事半功倍的结果。这不仅节约了宝贵的时间、精力,还有脑体操锻炼后的心理快感。对于一些颇有创新的思维,更有捷径和窍门等待我们呼唤芝麻开门!

我们用最新的内容,最准的模式,目的是迎接





挑战,面对现实。

加入 **WTO** 后与国际接轨及参加国际分工,并分享知识经济全球化带来的收益,给各阶层人士、各类型企业、各机关单位带来机遇与挑战,使之必须学会具有国际化的游戏规则,而这个游戏规则的载体便是一部操作手册。

知识经济时代需要的不仅仅是资金、技术、管理,决定社会发展和命运的是创新文化。无论是企业品牌,还是社会精神,都是一种文化的产物。而这产物是文字化了的文案作为载体进行传播的。我们或缺的是具体实施的文案。没有文化的社会是愚蠢落后的社会,而愚蠢的社会是不能持续发展的。研究文案文化是一种明智,探索文案文化构建和实施需要一种智慧,更需要桥梁,这桥梁便是具体的文案写作技巧与范例。

中国加入 **WTO**,不仅是经济一体化,更是文化的共融共存。不与文化接轨,企业别说发展,生存的空间都会越来越小。毋庸置疑,不实施文化构建难以角逐知识经济的市场。

世界发达国家对管理的认识已进入了管理是科学、管理是艺术、管理是文化的更高的境界。

束之高阁的理论不能指导实践,形而上学的理论只能葬送事业,行之有效的实践才能取得成功,操作实用的文案定能事半功倍。

现在需要一部吸纳文化精华、荟萃实用操作的文案手册,以实践为第一,以实用为准则,适用机关行政及大、中、小型企业文化建设的资料性全书。这不仅是文化人的需要,也是决策人的需要,更是文化研究专家的期盼。

《现代文案技巧与范例》丛书应运而生。此书具有以下三个特点:

资料全备的实用性。各种文案体裁写作技巧、方法和参考范例,诸如节庆活动的朗诵诗、讲演稿、广告用语、企业的年初计划、年终总结,各种类型的规章制度的写作要求、参考文体,企业形象外在设计、硬件设施的形象设计的文案范本等。

范例研究的经典性。书中有对带有实践意义的文案策划与实施资料,而这些个案与资料大多是被实践证明了的经典范例。这套丛书不是机械照搬和照本宣科,而是取其精华融会贯通。这套丛书不是放之四海而皆准,却是取之皆准于四海;这套丛书不是事业通用的法则,而是适于借鉴的楷模。

编著内容的现代性。书中所编撰的内容尽量与现实紧密结合,范例大多用目前实际生活中正在运用的,尤其是我国加入WTO,与国际经济接轨后的应用写作技巧与范例,使本套丛书具有适用性与实用性。

我们可以说,此书是领导创意决策的参考,管理者创新思维的范例,实施者运作的参考,策划者构建的指南,员工晋级的读本,应聘求职的宝典。

主 编

2003年12月22日



目

MU

录

LU

第一章 宣传 报道类

第一节 消息 /1

1. 动态消息 /1

2. 综合消息 /4

3. 经验消息 /6

4. 述评消息 /8

5. 人物消息 /11

第二节 通讯类 /13

1. 人物通讯 /13

2. 事件通讯 /21

3. 工作通讯 /29

4. 风貌通讯 /36

5. 新闻特写 /42

6. 新闻专访 /45

第三节 深度报道 /53

1. 系列新闻 /53

2. 连续新闻 /60

3. 解释性新闻 /66

4. 调查性新闻 /68





5. 预测性新闻	/73
6. 实录性新闻	/79
第四节 广播报道	/84
1. 广播新闻	/84
2. 广播通讯	/85
第五节 电视报道	/89
1. 电视新闻	/89
2. 电视专题	/91
第六节 文学	/93
1. 散文	/93
2. 报告文学	/96

第二章 科研报告类

第一节 可行性研究报告	/108
第二节 科研开题报告	/113
第三节 科研考察报告	/115
第四节 科学实验报告	/119
第五节 科研建议报告	/121

第三章 技术鉴定与科研成果类

第一节 科技鉴定书	/126
第二节 发明申报书	/130
第三节 国家发明奖申报书	/132
第四节 发明专利申请书	/134

第四章 科技协议及合同类

第一节 科技协议	/137
第二节 科技协定	/141

第三节 技术合同	/143
1. 技术开发合同	/143
2. 技术转让合同	/149
3. 技术咨询合同	/156
4. 技术服务合同	/161

第五章 涉外礼仪类

第一节 普通外函	/167
第二节 正式外函	/179
第三节 对外便函	/188
第四节 普通对外电报	/192
第五节 对外贺电	/196
第六节 对外唁电	/200
第七节 对外致谢电	/204
第八节 外贸信函	/206
第九节 外贸电报	/209
第十节 外贸传真	/213
第十一节 外贸请柬	/214
第十二节 外贸致辞	/218

第六章 广告类

第一节 广告策划书	/222
第二节 广告	/236

第七章 朗诵诗类

第一节 现代节日朗诵诗	/239
1. 元旦朗诵诗	/240
2. 三八妇女节朗诵诗	/241





3. 学习雷锋活动日朗诵诗	/243
4. 植树节朗诵诗	/245
5. 五一劳动节朗诵诗	/247
6. 五四青年节朗诵诗	/249
7. 护士节朗诵诗	/252
8. 六一儿童节朗诵诗	/254
9. 七一中国共产党纪念日朗诵诗	/255
10. 八一中国人民解放军建军节朗诵诗	/257
11. 教师节朗诵诗	/259
12. 十一国庆节朗诵诗	/261
13. “一二·九”运动纪念日朗诵诗	/263
14. 毛泽东诞辰纪念日朗诵诗	/264
第二节 传统节日朗诵诗	/266
1. 春节朗诵诗	/266
2. 元宵节朗诵诗	/267
3. 清明节朗诵诗	/268
4. 端午节朗诵诗	/269
5. 中秋节朗诵诗	/270
6. 冬至节朗诵诗	/272

第八章 讲演稿类

第一节 现代节日讲演稿	/276
1. 元旦讲演稿	/276
2. 三八妇女节讲演稿	/277
3. 学习雷锋活动日讲演稿	/279
4. 植树节讲演稿	/282
5. 五一劳动节讲演稿	/284
6. 五四青年节讲演稿	/287

7. 护士节讲演稿	/288
8. 六一儿童节讲演稿	/291
9. 七一中国共产党纪念日讲演稿	/292
10. 八一中国人民解放军建军节讲演稿	/294
11. 教师节讲演稿	/297
12. 十一国庆节讲演稿	/302
13. “一二·九”运动纪念日讲演稿	/305
14. 毛泽东诞辰纪念日讲演稿	/308
第二节 传统节日讲演稿	/309
1. 春节讲演稿	/309
2. 元宵节讲演稿	/311
3. 清明节讲演稿	/314
4. 端午节讲演稿	/315
5. 中秋节讲演稿	/318
6. 冬至节讲演稿	/320

第九章 日记 笔记类

第一节 日记	/322
1. 新闻类日记	/322
2. 生活类日记	/323
第二节 笔记	/324
1. 摘录式笔记	/324
2. 摘要式笔记	/327
3. 提纲式笔记	/328
4. 批注式笔记	/330
第三节 感想	/333
1. 读后感	/333
2. 观后感	/335





第四节 随笔	/337
第五节 札记	/338

第十章 传 志 碑 铭类

第一节 传	/342
1. 自传	/342
2. 小传	/346
3. 评传	/348
第二节 地方志	/350
第三节 回忆录	/352
第四节 遗嘱	/354
第五节 生平	/356
第六节 悼词	/358
第七节 碑文	/369
第八节 墓志铭	/374

第十一章 楹联 祝辞类

第一节 春联	/377
第二节 婚联	/378
第三节 寿联	/380
第四节 挽联	/385
第五节 行业联	/392
第六节 节庆联	/394
第七节 题词	/398
第八节 祝词	/399
第九节 标语	/400

后 记	/402
主要参阅书目	/404

第一章 宣传 报道类

第一节 消 息

▲ 动态消息

一、定义

动态消息是反映某一事件发生发展的新动向、新变化、新趋势的一种新闻文体。

二、释义

1. 报道事物的最新变动是它的主要特征。
2. 以时效性、重要性为主要价值取向。
3. 报道触及、深入到社会各领域,取材十分灵活。
4. 以突发事件为主。
5. 以叙述事实为主要手段,反对记者直接发言与陈述个人性观点。叙述的着眼点首先在于事态的发生及其最新的发展。
6. 文体要求最好一事一报,扼要简明。
7. 一般要求五个 W 和一个 H 俱全,结构上有导语、主体、结





尾等,必要时加入适量的背景材料。

8. 动态消息也包括人们常说的简讯、快讯。它们的文字更少、篇幅更小,一般不叙述事件过程,不交代背景,也没有明显结构。

三、写作格式与内容

1. 标题:在新闻报道中,标题具有向导和提示作用。标题若能把新闻中最有价值的事实提炼出来,就可以帮助读者抓住新闻的核心和纲领,吸引他们的阅读兴趣。标题最常见的是只占一行或二行的主题,是最受人注意的部分,它应该概括一篇报道中最主要的事实和思想。比较重大的新闻,还常常加引题或副题。引题又称眉题或肩题,位于正题之前,字体稍小,是从属于正题的“先行官”,它或者交代背景和原因,或者说明意义和内容,或者渲染气氛。副题又称子题,位于正题之后,字体稍小,用以补充正题。也有引题、副题同时用在正题前后的。

2. 导语:除了简讯和一句话新闻外,消息都有导语。它是新闻开头的一段话或第一句话,要把消息中的主要内容和事实概括出来,紧紧地吸引住读者。常见的导语写法有五种,一是直述式,用叙述的手法直接概括出新闻的主要事实;二是疑问式,先把问题鲜明地提出来,引起读者关注,然后引出下文;三是引语式,即引用一两句生动、隽永或有代表性的话来增强导语的生动性或权威性;四是评论式,先对消息的内容进行评论,或评价其做法,或指明其原因,或说明其意义;五是描写式,先对事实简要描写一番,以渲染气氛。写作导语时,要繁简适当,不能把许多具体材料都塞进导语中,失去导语的意义,也不要过于简略,使人看不出新鲜的事实。

3. 主体:这是新闻中最主要的部分,它承接导语,具体说明导语所揭示的主题或回答导语中提出的问题,对新闻事实展开叙述。主体部分的写法,常见的有三种,一是时序结构,即按照事情

的发生、发展、结局的时间顺序从先到后地一路写来。二是逻辑结构，即按照事物发展变化的内在联系分几个方面——写来，这种方法便于揭示事物的本质和意义，具有较强的说明力。三是时序结构与逻辑结构相结合，即二者交叉，或在时序结构中包含着逻辑结构，或在逻辑结构中包含着时序结构。这种写法适合容量较大的消息报道，一般不常用。写作消息主体，一定要注意让事实说话，以叙述为主，少发议论，要层次分明，详略得当。

4. 背景：背景是消息的附属部分，一是对比性背景，对报道事实的过去和现在、正面或反面、甲地和乙地等方面进行对比，以突出所报道事实的意义；二是说明性背景，对报道事实的政治背景、历史演变、地理环境进行说明，以强调事物产生的原因、环境和条件等；三是注释性背景，对报道事实的有关问题进行解释，以增强消息的知识性和趣味性；四是补充性背景，对报道事实有关问题进行补充，帮助读者更全面了解事实。对背景的写作，要言简意赅，不能喧宾夺主，至于写在消息的何处，是否独立成段，皆因事制宜，不可千篇一律。

四、范例

三十万大军胜利南渡长江

新华社长江前线 1949 年 4 月 22 日 2 时电 英勇的人民解放军 21 日已有大约 30 万人渡过长江。渡江战斗于 20 日午夜开始，地点在芜湖、安庆之间。国民党反动派经营了三个半月的长江防线，遇着人民解放军，好似摧枯拉朽，军无斗志，纷纷溃退。长江风平浪静，我军万船齐放，直取对岸，不到 24 小时，30 万人民解放军即已突破敌阵，占领南岸广大地区，现正向繁昌、铜陵、青阳、荻港、鲁港诸城进击中。人民解放军正以自己的英雄式的战斗，坚决

