

免费提供  
授课用  
电子课件

FINANCIAL WRITING  
财经应用文写作

主编 刘常宝  
副主编 吕宝江 郭松民 杨景胜



机械工业出版社  
China Machine Press

013052955

普通高等院校经济管理类

“十二五”应用规划教材  
经济管理类

H152.3

377



FINANCIAL WRITING

# 财经应用文写作

主编 刘常宝

副主编 吕宝江 郭松民 杨景胜



北航

C1660984



机械工业出版社  
China Machine Press

H152.3  
377

013025222

## 图书在版编目 (CIP) 数据

财经应用文写作 / 刘常宝主编. —北京: 机械工业出版社, 2013. 6  
(普通高等院校经济管理类“十二五”应用型规划教材·经济管理类专业基础课系列)

ISBN 978-7-111-42715-5

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 117928 号

## 版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书以总分总的形式, 将写作的理论知识与模拟实训结合起来, 本着精讲多练、大量阅读、模仿练习、反复巩固的原则, 在每一章都设置了基本写作理论阐述、来自媒体资料的范文剖析、写作应用仿真三大主要部分, 旨在帮助大学生将财经专业理论知识灵活运用到写作实践之中, 增强创新性、逻辑性和系统性。

本书适合高等院校财经管理类专业学生使用, 也适合各行业财经管理专业人士培训和工作参考。

机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 张 昕 版式设计: 刘永青

北京市荣盛彩色印刷有限公司印刷

2013 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

185mm × 260mm · 16.5 印张

标准书号: ISBN 978-7-111-42715-5

定 价: 30.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

# Preface 前言

伴随我国社会各类组织的经济活动日益频繁,收集、储存、分析、提取经济活动过程的信息就显得十分重要。书面语言依然在社会经济交往过程中扮演着重要角色,提高信息处理能力的一个重要方面就是对信息载体——书面文体的娴熟掌握,包括撰写、分析、处理、保存等。提高经济管理类专业大学生的写作能力是增强学生职业能力、全面提升经济管理类专业社会价值的重要方面。目前,各高校结合相关专业的特点相继开设了财经应用文写作课程,并将其提高到核心课程的地位。课程设置的目的是为社会各类组织培养财经管理活动中所需要的实用性人才。优秀的财经类从业者必须具备将思想转化为文字的能力,即用书面语言清晰准确地表达自己的思想、传递财经信息的能力,而这一能力的培养应该从学生抓起。高等院校在财经类专业课程设计、课外实习实训中都特别注重学生文字表达能力的训练,也做了许多卓有成效的工作。通过各种方式的写作训练,学生专业写作能力得到了很大提高。但是,仍然有一部分学生在专业文书写作上不得要领,尚未完全掌握财经应用文的写作技法,其文字驾驭能力满足不了将来工作岗位的实际需要。如何提高学生财经应用文的写作能力,成为财经类专业教学的难点。普遍的共识是从教材建设抓起,构建适合财经类学生认知特点的写作训练体系,编写具有财经类专业特色的写作教材,为提高学生写作能力提供科学的教学平台。

总之,财经文书写作是财经类专业学生的基本功,也是学生未来就业的核心竞争力。从院系到学校,从课堂到实习,都应当创造一切条件,帮助学生提高这方面的能力。对学生而言,只要掌握专业写作的理论与方法,辅之不懈的文字训练,一定会收到更好的效果。本教材正是基于以上教学理念编写的,教材主要围绕财经类专业的知识模块构思成章,把有一定共性的财经专业知识整合为一个课题,然后以属种式的逻辑关系展开,形成以2课时为一个教学单元的章节构成。既注重写作知识与专业知识的有效契合,体现专业知识的实际价值,又注重学生认识事物、掌握知识、提高能力的思维过程和路径,以期在有效的课时内完成相应的教学任务。教材也特别注重化繁为简,化深为浅,将抽象的专业知识融入相应的文体写作中,让学生消除对专业知识应用方面的心理障碍,促进知识积累向能力提高的迅速转化。

本教材共分为7篇,25个教学课题,每个课题又辅以大量的例文导读分析,体现出专业与职业、课业与职业的有机结合,在保证财经专业理论够用、实用、管用的基础上,把专业知识与写作技巧融会贯通,使学生专业学习与写作训练一举两得,知识积累与能力培养相得益彰,体现出写作教学的真正价值所在,尤其符合应用型本科高校教学的指导思想和学生的认识特点。

参加本书编写的高校有北京航空航天大学北海学院、大连艺术学院、北京师范大学珠海分

校,编写者是多年从事财经专业教学的教师,既有丰富的财会专业、管理专业的教学经验,又有一定的文字功底。

本书由刘常宝任主编,负责对全书进行构思、统稿、总撰、修改、定稿。由吕宝江、郭松民、杨景胜任副主编,第一篇至第三篇由刘常宝编写,第四篇由郭松民编写,第五篇由吕宝江、张秋编写,第六篇由钟新、于玲编写,第七篇由吕宝江、肖永添编写。

本书作者在编写过程中,参阅了大量相关教材、专著和网络资料,并援引了当前相关财经问题的资料,在此特别说明,并对相关作者表示感谢!

在本书的编写过程中,刘安妮、邓盼、吴晶晶等同学在收集资料、整理文稿、文字校对等工作中付出了辛勤的劳动,在此表示深深的谢意。

由于本书涉猎专业范围广,编写时间紧张,书中难免有不妥之处,敬请同仁不吝赐教。

刘常宝

2013年3月于大连

# 教学建议 Suggestion

本课程应采取知识迁移式教学模式,在教学中,应首先带领学生简单回顾各章节所涉及的财经专业知识,在此基础上将写作理论及技法融入教学内容之中,重点在于财经知识的实际运用,把握从一般文体知识掌握、基本模拟参照到写作实战训练三个环节的逻辑关系,在建立演绎性推演知识的基础上,帮助学生对写作的技法进行全面的领悟。教学内容主要包括应用文基础知识、财经规划文书、财经信息文书、财经报告文书、财经诉讼文书、财会业务文书和财经研究论文。教学中力求文体知识介绍详尽,范文评注解释科学,板书体例条理清晰,灵活掌握财经知识与写作知识两者的课时比例。使学生通过本课程的教学活动,强化财经知识,掌握财经理论在实践中的应用,理解写作技法对于提高财经工作水平的作用,并能够在参照优秀范文的基础上灵活掌握财经写作的技法。

按照 54 课时安排教学,基本保证一个课题用 2 个课时来完成教学内容、4 个课时总复习。

课程进度具体安排

课程内容	学 时
第一篇 应用文基础知识 课题一 财经写作基础知识	2
第二篇 财经规划文书 课题二 财经简报 课题三 财经工作计划 课题四 财经工作总结	6
第三篇 财经信息文书 课题五 商品说明书 课题六 财经广告 课题七 经济消息 课题八 经济评论	8
第四篇 财经报告文书 课题九 市场调查报告 课题十 市场预测报告 课题十一 经济分析报告 课题十二 可行性研究报告 课题十三 资产评估报告 课题十四 审计报告	12
第五篇 财经诉讼文书 课题十五 经济纠纷起诉状 课题十六 经济纠纷上诉状 课题十七 经济纠纷答辩状 课题十八 经济纠纷申诉状 课题十九 经济仲裁书 课题二十 契约类文书	12

(续)

课程内容	学时
第六篇 财会业务文书 课题二十一 财务预算与决算 课题二十二 财务评价文书 课题二十三 财务情况说明书	6
第七篇 财经研究论文 课题二十四 财经论文 课题二十五 财经专业毕业论文及答辩	4
总复习	4
总计学时	54

## 附录 附录

编 号	内 容
1	财经应用文知识 第一版 财经应用文知识 第二版
2	财经应用文知识 第三版 财经应用文知识 第四版 财经应用文知识 第五版 财经应用文知识 第六版 财经应用文知识 第七版 财经应用文知识 第八版 财经应用文知识 第九版 财经应用文知识 第十版
3	财经应用文知识 第十一版 财经应用文知识 第十二版 财经应用文知识 第十三版 财经应用文知识 第十四版 财经应用文知识 第十五版 财经应用文知识 第十六版 财经应用文知识 第十七版 财经应用文知识 第十八版 财经应用文知识 第十九版 财经应用文知识 第二十版
4	财经应用文知识 第二十一版 财经应用文知识 第二十二版 财经应用文知识 第二十三版 财经应用文知识 第二十四版 财经应用文知识 第二十五版 财经应用文知识 第二十六版 财经应用文知识 第二十七版 财经应用文知识 第二十八版 财经应用文知识 第二十九版 财经应用文知识 第三十版

# 普通高等院校

## 经济管理类应用型规划教材

课程名称	书号	书名、作者及出版时间	定价
财务管理(公司理财)	978-7-111-27692-0	财务管理学(李立新)(2009年)	30
网络营销	即将出版	网络营销基础与实践(谷麒)(2013年)	35
战略管理	978-7-111-34050-8	战略管理:流程与方法(刘平)(2011年)	32
商务策划管理	978-7-111-34375-2	商务策划原理与实践(强海涛)(2011年)	34
企业文化	978-7-111-36805-2	现代企业文化理论与实务(李建华)(2012年)	32
门店管理	978-7-111-36910-3	门店管理实务(陈方丽)(2012年)	32
管理学	978-7-111-35694-3	现代管理学(蒋国平)(2011年)	34
管理沟通	978-7-111-35242-6	管理沟通(刘晖)(2011年)	27
创业管理	978-7-111-40537-5	创业学:创业思维·过程·实践(魏拴成)(2012年)	35
财经应用文写作	即将出版	财经应用文写作(刘常宝)(2013年)	30
应用文写作	即将出版	工商管理类报告撰写指南及规范(双语)(张薇)(2013年)	19
职业规划	即将出版	大学生生涯管理与体验实践(陆丹)(2013年)	35
职业规划	978-7-111-32112-5	大学生职业生涯规划——就业与创业(吴余舟)(2010年)	25
职业规划	978-7-111-40191-9	大学生职业生涯规划与学业指导(王哲)(2012年)	35
心理健康教育	978-7-111-39606-2	现代大学生心理健康教育(王哲)(2012年)	29
概率论和数理统计	978-7-111-26974-8	应用概率统计(彭美云)(2009年)	27
概率论和数理统计	978-7-111-28975-3	应用概率统计学习指导与习题选解(彭美云)(2009年)	18
项目管理	978-7-111-39419-8	项目管理理论与实务(刘常宝)(2012年)	32
项目管理	978-7-111-32847-6	项目管理与实践应用(吴健)(2011年)	32
国际贸易英文函电	978-7-111-35441-3	国际商务函电双语教程(董金铃)(2011年)	28
国际贸易实习	978-7-111-36269-2	国际贸易实习教程(宋新刚)(2011年)	28
国际贸易实务	978-7-111-37322-3	国际贸易实务(陈启虎)(2012年)	32
国际贸易实务	即将出版	国际贸易实务(孟海樱)(2013年)	35
国际贸易理论与实务	978-7-111-29587-7	国际贸易理论与实务(精品课)(孙勤)(2010年)	32
国际贸易理论与实务	978-7-111-33778-2	国际贸易理论与实务(吕靖烨)(2011年)	29
国际金融学	978-7-111-39168-5	国际金融理论与实务(缪玉林 朱旭强)(2012年)	32
审计学	978-7-111-35528-1	审计学(高强)(2011年)	33
会计学其他专业课	即将出版	会计岗位综合实训(刘军)(2013年)	35
会计学	978-7-111-31728-9	会计学(李立新)(2010年)	36
会计学	即将出版	基础会计学(张献英)(2013年)	30
会计信息系统	978-7-111-38800-5	会计信息系统理论与实验教程(管彦庆)(2012年)	32
成本(管理)会计	978-7-111-31688-6	成本会计(束必琪)(2010年)	32
财务会计	978-7-111-31107-2	财务会计实务(陈澎)(2010年)	32
金融学(货币银行学)	978-7-111-38159-4	金融学(陈伟鸿)(2012年)	35
金融学(货币银行学)	978-7-111-30153-0	金融学(精品课)(董金玲)(2010年)	30
西方经济学学习指导	978-7-111-41637-1	西方经济学概论学习指南与习题册(刘平)(2013年)	22
西方经济学(微观)	978-7-111-39441-9	微观经济学(王文寅)(2012年)	32
西方经济学(宏观)	即将出版	宏观经济学(葛敏)(2013年)	35
西方经济学	即将出版	经济学基础(胡伟清)(2013年)	28
西方经济学	978-7-111-40480-4	西方经济学概论(刘平)(2012年)	35
统计学	978-7-111-29027-8	统计学(张兆丰)(2009年)	32
经济法	978-7-111-32871-1	经济法(葛恒云)(2011年)	32
计量经济学	978-7-111-42076-7	计量经济学基础(张兆丰)(2013年)	35
财政学	978-7-111-29769-7	财政学(朱福兴)(2010年)	32
人力资源管理	即将出版	人力资源管理(第2版)(张小兵)(2013年)	30
人力资源管理	978-7-111-29009-4	人力资源管理(张小兵)(2009年)	29
总部运营管理	978-7-111-33247-3	总部运营管理(刘常宝)(2011年)	33
营销渠道	978-7-111-36412-2	营销渠道管理(郑锐洪)(2012年)	32
营销策划	978-7-111-40631-0	营销策划:理论、案例与实务(赵静)(2012年)	35
市场营销学(营销管理)	978-7-111-29816-8	市场营销实训教程(郝黎明)(2010年)	32
市场营销学(营销管理)	即将出版	市场营销与客户关系管理(李鹏)(2013年)	35
市场分析与软件应用	978-7-111-35559-5	市场分析与软件应用(蔡继荣)(2011年)	36
品牌管理	978-7-111-33029-5	品牌管理(刘常宝)(2011年)	32
国际市场营销学	即将出版	国际市场营销(双语)(张薇)(2013年)	29
公共关系学	978-7-111-39032-9	公共关系理论与实务(刘晖)(2012年)	25
物流管理	978-7-111-32831-5	物流学(王斌义)(2011年)	32
供应链	991-6	供应链管理(黎继子)(2011年)	29
供应链	774-5	供应链管理(王凤山)(2011年)	30
港口物	818-6	港口物流(王斌义)(2011年)	32
管理信	3400-7	管理信息系统:理论与实训(袁红清)(2012年)	35



C1660984



# Contents 目 录

## 前 言

## 教学建议

及分类 /32

第三节 财经工作总结的写作

问题 /33

## 第一篇 应用文基础知识

### 课题一 财经写作基础知识 /2

第一节 财经应用文概述 /3

第二节 财经应用文构建 /3

第三节 财经应用文的写作  
要求 /7

## 第二篇 财经规划文书

### 课题二 财经简报 /12

第一节 财经简报的概念及  
类型 /13

第二节 财经简报的编发要求 /15

### 课题三 财经工作计划 /22

第一节 财经工作计划的概念  
及要求 /23

第二节 财经工作计划的具体  
写法 /24

### 课题四 财经工作总结 /30

第一节 财经工作总结的概念  
和特点 /31

第二节 财经工作总结的作用

## 第三篇 财经信息文书

### 课题五 商品说明书 /40

第一节 商品说明书概述 /41

第二节 商品说明书写作要领 /42

### 课题六 财经广告 /48

第一节 财经广告的概念及  
类型 /48

第二节 财经广告的构成及写作  
要求 /50

第三节 广告的作用及观念  
突破 /52

### 课题七 经济消息 /59

第一节 经济消息概述 /60

第二节 经济消息的结构、内容  
与写作 /62

### 课题八 经济评论 /69

第一节 经济评论的概念及  
特点 /70

第二节 经济评论的种类及  
写作要领 /70

## 第四篇 财经报告文书

要求 /109

### 课题九 市场调查报告 /78

- 第一节 市场调查报告概述 /80
- 第二节 市场调查报告的写作要领 /82

### 课题十 市场预测报告 /88

- 第一节 市场预测报告概述 /89
- 第二节 市场预测的分类及方法 /90
- 第三节 撰写市场预测报告的准备——市场预测 /91
- 第四节 预测报告的写作格式及要求 /93

### 课题十一 经济分析报告 /98

- 第一节 经济分析报告的概念及作用 /99
- 第二节 经济分析报告的种类 /100
- 第三节 经济分析报告的特点 /101
- 第四节 经济分析报告的结构 /101
- 第五节 经济分析报告的写作步骤 /102
- 第六节 经济分析报告的写作要求 /103

### 课题十二 可行性研究报告 /106

- 第一节 可行性研究报告概述 /107
- 第二节 可行性研究报告的写作

### 课题十三 资产评估报告 /115

- 第一节 资产评估报告的基本概念 /117
- 第二节 资产评估报告的作用和设计规范 /118

### 课题十四 审计报告 /124

- 第一节 审计报告的概念及作用 /125
- 第二节 审计报告的特点及结构 /126
- 第三节 审计报告的编写 /129

## 第五篇 财经诉讼文书

### 课题十五 经济纠纷起诉状 /134

- 第一节 经济纠纷起诉状的概念和特点 /135
- 第二节 经济纠纷起诉状的写法 /136
- 第三节 经济纠纷起诉状的写作要求 /137

### 课题十六 经济纠纷上诉状 /143

- 第一节 经济纠纷上诉状的概念及特点 /144
- 第二节 经济纠纷上诉状的写作问题 /145

### 课题十七 经济纠纷答辩状 /154

- 第一节 经济纠纷答辩状概述 /156

第二节 经济纠纷答辩状的写作  
问题 /157

#### 课题十八 经济纠纷上诉状 /162

第一节 经济纠纷上诉状的概念  
和特点 /163

第二节 经济纠纷上诉状的写作  
问题 /164

#### 课题十九 经济仲裁书 /168

第一节 经济仲裁书的概念 /169

第二节 仲裁申请书、仲裁答辩  
书、仲裁调解书和申请  
执行书 /169

#### 课题二十 契约类文书 /182

第一节 经济合同 /183

第二节 意向书和协议书 /189

### 第六篇 财会业务文书

#### 课题二十一 财务预算与决算 /194

第一节 企业预算的概念及编  
制过程 /195

第二节 预算的基本格式及编  
制要求 /195

第三节 企业预算报告的概念  
及结构 /197

第四节 企业决算报告 /201

#### 课题二十二 财务评价文书 /208

第一节 财务评价报告的概念  
及特点 /209

第二节 财务评价分析中的财

务报表分析 /210

第三节 财务评价报告的写作  
要求 /217

#### 课题二十三 财务情况说明书 /220

第一节 财务情况说明书的  
一般概念 /221

第二节 财务情况说明书的内  
容及编写要求 /223

### 第七篇 财经研究论文

#### 课题二十四 财经论文 /230

第一节 财经专业论文的  
概念 /231

第二节 学术论文的选题  
问题 /232

第三节 学术论文写作的  
文法 /234

第四节 财经学术论文规  
范化问题 /235

#### 课题二十五 财经专业毕业论文及 答辩 /240

第一节 毕业论文的概念和  
特点 /241

第二节 毕业论文的写作  
步骤 /241

第三节 毕业论文的结构和  
写作 /245

第四节 毕业论文答辩 /248

参考文献 /253



# 财经写作基础知识

### 应用导航

#### 客观分析经济状况 实现效益最大化

——中铁二十三局二公司 2012 年上半年经济活动分析会

“客观分析当前经济状况，在现有条件下，合理配置好各种资源，达到效益最大化，这是我们在当前货源不足、资金短缺等不利因素下必须要做的。”8月18日，在中铁二十三局二公司2012年上半年经济活动分析会上，二公司执行董事、总经理曹鹏程再次强调了开展经济分析的重要性。

为了更好地理清公司生产经营的实际情况，进一步提高各单位管理水平，二公司召开了上半年经济活动分析会。总经济师高鹏做了《公司上半年经济运行情况报告》，代总经济师张长青做了《公司上半年责任成本暨二次创效管理考核情况的通报》，公司财务部部长谭思崇做了《机关管理费使用情况及财务工作大检查和通报》；23个基层单位汇报了有关经济指标、责任成本及二次创效情况和需要公司解决的问题。

在经济活动分析会上，公司执行董事、总经理曹鹏程逐一分析了各单位的产值、成本、拨款等指标，强调各单位负责人要把成本控制作为“一把手”工程去经营效益；在国家减少投资、融资贷款难等不利因素下，总结经验，研究对策。要充分认识到经济分析的重要性，与自己比、与同行先进比，对查出的问题迅速整改、落实，对共性问题要引起高度重视，快速拿出方案。本级费用居高不下，既有市场不规范的因素，也与管理者水平有关，要解决自身管理不到位的问题，控制好本级费用。财务是企业经营活动的核心，要严格执行各项财务制度，加强财务队伍的建设和管理，项目经营存在极大的政治风险、质量风险、信誉风险、经济风险、审计风险及法律风险，在财务管理上还有很多工作要做。最后，他希望大家本着勤俭办企业的方针，把“大家”当作“小家”，在企业最艰难的时候，齐心协力，共同渡过难关。

资料来源：中华铁道网，2012-08-20。

#### 【点评】

这是一则关于经济活动分析会的消息，会议通过对各财经文书的研讨，从成本控制、风险管理、制度落实等环节入手，正确认识上半年的经济形势，明确今后工作的思路和重点，对实现公司效益最大化起到了至关重要的作用。从中可以看出，财经文书的质量直接影响到企业的效益，写好财经文书是开展经济工作的必备技能。

## 点睛之笔

### 教学重点:

1. 理解财经写作和财经应用文的概念
2. 掌握财经应用文的表达方式
3. 掌握财经应用文的特点

## 第一节 财经应用文概述

财经应用文是社会经济活动中经济组织之间以及个人与经济组织之间进行必要经济活动的交流媒介,在保证社会经济活动的规范性、有效性、合法性方面起着重要作用。

### 一、财经应用文的概念

财经应用文具有一般应用文所具有的功能特点,是人们在长期的经济活动中逐渐总结出来的语言表达模式,随着社会经济活动的多样性和复杂性的变化,其形式也在发生变化,以适应新的经济活动对思想载体的要求。

### 二、财经应用文的作用

财经应用文在社会经济活动中传递经济信息,了解政府经济政策,明确市场主体经济权利义务等方面承担重要职能,财经应用文自身的文体演变是伴随社会经济活动复杂性、多样性而发生变化的。在经济全球化、技术信息化的背景下,我国的财经应用文也在逐渐表现出国际化、信息化的特点。

## 第二节 财经应用文构建

财经应用文与一般文体一样,在编写之初同样也涉及文章主旨的建立问题,主旨是文章的核心和灵魂。

### 一、确立主旨

确立主旨应当从明确主旨概念开始,逐步从表达、要求等方面来完成财经应用文主旨的建立。

#### 1. 主旨的概念

主旨是文章的中心思想,也是作者在文章中通过各种材料所表达的对经济活动过程的认识、评价和写作意图。主旨是构成文章必不可少的因素。古今中外的文章,不管是鸿篇巨著还是微言小品,都要有主旨。没有主旨的文章就是一堆杂乱的材料,达不到写作的目的。因此,主旨是文章的灵魂、统帅,是衡量写作成功与否的主要依据,也是决定一篇财经应用文的核心因素。

#### 2. 主旨的表达

财经应用文有其独特的表达主旨的方式。

(1) 一文一事。一文一事是指一篇财经应用文里只讲一件事。“一事”的事只是为了“一文”，因为一般文稿只能有一个主旨。一文一事，既有利于提高办事效率，也有利于主旨的表达。

(2) 片言居要。片言居要是指文章要用一两句精到的话概括解释文章的主旨，并且要将其放在显要的位置。其一，篇首点题，是指主旨出现在文章的开头，开门见山点出主旨。其二，段首居要，是指主旨出现在段落的开头。这种类型经常出现在较长的文章之中。一篇文章有一个总的主旨，为了表现一篇文章的总主旨，还要从几个方面进行表述，因此，就要分若干段，每一段必须形成自身的主旨。将段落主旨归纳起来放在段首，就叫段首居要。这样，不但可以提高读者的阅读效率，而且便于理清作者的写作思路。

主旨的表现一般有三种形式：一是标题显旨，即在文章标题中体现出来；二是呼应显旨，即在开头和结尾以相互呼应的方式显示主旨；三是篇末显旨，即在文章的结尾通过表达总的要求、目的的方式来显示主旨，以深化读者对作者所提问题的印象。

### 3. 主旨的要求

(1) 正确。正确是写文章最基本的要求。对于财经应用文的基本要求而言，正确树立主旨是指文章的思想观点经得起实践检验，符合政府的方针政策、法律法规，切合实际，构思行文符合逻辑，概念准确，判断正确，结论明确。当然，主旨的正确从根本上说，取决于对客观事物的把握是否全面、正确，取决于思想认识的正确与否。

(2) 单一。单一不仅是指一篇文章只能有一个主旨，而且要求这个主旨的内容不能零乱、分散。为了使文章的主旨集中，作者不能在一篇文章中表达太多的意思，面面俱到；不能在文章中塞进与主旨无关的材料，节外生枝；不能有两个以上的中心，主旨必须单一、突出。“文主于意而意多乱文；议论主于事而事杂乱议”（清·魏际瑞《伯子论文》），意思就是全篇材料的取舍、表达方式的运用都应服从主旨的需要，都要为写作的目的服务，要能够集中笔力，一意到底。

(3) 鲜明。鲜明是指文章主旨的表达要清楚明白，才容易为读者理解和掌握。财经应用文主旨鲜明指的是观点直白明确，语言表达具体清晰，分析问题开门见山，反对什么赞成什么，都能做到清清楚楚、言简意赅。

(4) 深刻。深刻是指主旨能够揭示事物的本质，反映财经工作的内在规律，具有较高的思想意义和社会意义。这就不仅要求作者深入研究所有的材料，更要能透过事物的表面现象看清事物的本质，做到“一叶落而知秋”，而不是“一叶障目”，能够廓清迷雾，高屋建瓴。

## 二、筛选材料

### 1. 材料的概念及作用

广义的材料是指人们为了写作而搜集积累、已被选用的具有一定意义和价值的全部素材，是写作准备阶段所获得的具体成果。狭义的材料是经过作者选择后写入文本，用来表现主旨的客观事物、现象、理论依据、数据等，是构成文章的要素之一。材料既是财经应用文确立主旨、形成观点的基础，又起着证明观点、表现主旨的作用。说得形象些，材料是文章的血肉，是提出问题的依据。材料越丰富、越全面，越有利于形成正确、深刻的主旨。清代文论家章学诚说：“夫立言之要，在于有物”（《文史通义》），可见材料的丰富、充足，对于文章的主旨表现起着举足轻重的作用。总之，材料是构成文章的基本要素，既是文章的核心部分，又是形成主旨的基础。

## 2. 材料的搜集和选择

(1) 搜集材料。写文章,搜集大量的材料和信息是作者应做到的主要工作。财经应用文写作涉猎的范围较广,选择的材料是多方面的,既需要现实的、具体的材料,又需要间接的、历史的材料。搜集材料主要有以下途径。

1) 实际调查研究。确立主旨有力的依据是第一手材料。获得第一手材料的主要途径是深入实际,实地考察,在写财经应用文时,应注意调查研究,保证所获材料的真实可靠。

2) 查阅文献。查阅文献主要是通过文字材料、媒体、文件、互联网、书籍、报刊和历史档案获取信息与材料。在查阅的基础上可以根据实际需要选取材料,在对材料进行有效分析后,对历史和现状做纵向或横向的考察比较,提出论点,得出结论。这种搜集材料的方式十分普遍、灵活、便捷、实用,值得借鉴。

### (2) 选择材料。

1) 紧扣主旨选择材料。只有紧紧围绕主旨的需要去选材,才能使主旨集中明确。应以主旨为统帅,以能表现和突出主旨为标准,对材料进行认真推敲、鉴别,从中选取最能表现主旨的材料写入文章。

2) 选择真实材料。真实的材料,是指在财经活动中真实发生或存在的事物,包括时间、人物、地点,也包括问题、数据、政策、法令等。准确,是指所选择的材料要反复核实、检查,保证确凿无误。只有基于准确的数据和真实的情况,才能推出正确的结论,才具有普遍指导意义。这就要求作者必须具有科学求实的作风,同时又具备严肃认真的态度。

3) 选择典型材料。所谓典型材料,是指具有代表性,具有说服力,能揭示事物的本质和规律,能充分表现文章主旨的材料。要选择典型的材料,就要围绕主旨,在积累的材料中主动地进行比较,对其性质、特点以及所包含的意义,进行细心研究,逐一分析,认真鉴别,占有材料提倡“以十当一”,以多为佳;选择材料则应主张“以一当十”,以严为上。

4) 选择新颖材料。新颖的材料主要是指新发现的事例、新搜集到的信息、新出现的观点。这类材料具有时代特征,有魅力,有说服力,给人以新鲜感,能预示新的趋势和前景,能反映符合时代特点的新情况,容易使人产生共鸣。文章最忌随大流,新颖的材料能充分体现文章的价值。选取的材料应该是新颖的,如果所用材料是过时、陈旧的,就会严重影响其实用价值。

## 三、布局结构

### 1. 结构的含义

结构是文章的组织构架,是组织安排内容材料的具体方式。结构还常常被称为组织、布局、章法、格局等。

结构有其客观的组织和主观目的。从客观方面讲,文章是客观事物的一种反映,而客观事物本身也是各个部分、各个重要因素的组合体。比如一件事,总有一个发生、发展的完整过程,有它的起因、经过、结果等阶段;一件物品,有它的形状、颜色、构造、性能等各种因素。总之,任何事物都存在“结构”,都有发展或展开的自然顺序和内部联系,这就是确定文章结构的客观依据。从主观方面讲,人的一切创造活动都有目的。结构作为人“创造”文章的一种方式,当然也渗透创造者的目的,这就是既能准确、完美地表达文章的内容,又能吸引读者读完全篇、领略



文意。正是这种主观目的,决定了安排结构的一些基本原则。

## 2. 结构的基本形式

古希腊哲学家亚里士多德在《诗学》中说过,完整的结构指有头、有身、有尾。根据以上观点,结构的基本形式就是由开头、主体和结尾这三部分组成。如果说主旨是文章的灵魂,材料是文章的血肉,那么结构就是文章的经络和骨骼,结构的任务就是根据主旨和作者的思路,将材料、观点等内容有步骤地加以组织和安排,使文章成为一个紧密的、有机统一的整体。

(1) 开头。开头要精致凝练,不可拖沓。开头,古人称为“起笔”。文章如何开头,同全文密切相关。考虑怎样开头,实际上就要考虑整个文章的布局。头开得好,就容易写下来;开得不好,就很难写下去,或者勉强写下去,层次却很难理顺。财经应用文开头的基本要求是:开门见山,直奔主题。常常使用“由于……”“为……”“为了……”“依据……”“遵照……”等句式。也有的财经应用文引述来文、来函开头。

(2) 主体。主体要充实丰满,切忌空洞。主体在这里指文章的主要部分,也就是开头和结尾之间的部分。文章要表达的主要事实、主要问题以及主要思想一般都包括在主体部分。文章的内容是否充实,主要体现在主体部分。只要这一部分有分量,就是古人所说的“猪肚”。所谓“充实丰满”,有两方面的含义:一是指内容材料丰富、具体;二是指材料的典型性高。换句话说,主题的内容是量与质的统一。如果只求量多,而不重质好,那主题就不是“猪肚”,而是“草包”。

(3) 结尾。结尾要沉稳有力,避免浮泛。古人把结尾称为“收笔”,它是主体部分的自然延伸,是内容发展的必然结果。苏东坡所说的“常行于所当行,常止于不可不止”就是这个意思。古人以“豹尾”要求文章结尾是很有道理的。不论做任何事,人们总是要求“善始善终”,不要“虎头蛇尾”。写文章也是一样,最忌前紧后松,草草收场。文章结尾要防止上述弊病,应注意两点:一是结尾要沉稳,不可草率浮泛,这样才能托住全篇,给人以整体感。具体说,就是结尾部分的内容要与开头或主体紧密呼应,即血脉贯通,融为一体。二是结尾要有力度。力度指结尾或气势宏伟,或旗帜鲜明,或感情强烈,或格调高昂,或委婉含蓄,或意味深长。

财经应用文的结尾应力求简洁明快,对正文有补充和强调的作用。俗话说,编筐编篓难在收口,写文章也是如此。财经应用文多种多样,其结尾方式也是各不相同,但不管用什么结尾方式,都应言简意赅,符合文种的写作要求,意尽笔停。

常见的结尾方式有以下几种。

1) 规定性结尾式。它是指有明文规定如何结尾,或虽无明文规定,但有习惯上比较一致的结尾方式。比如,行政公文类、合同类、经济纠纷诉状类等,其格式大多有较为规范的要求,其结尾也较规范。

2) 总结性结尾式。这种方式是在文章的结尾处,对全文的主旨进行简约的总结概括,使读者有一个完整的概念,以加深印象。这种结尾方式常用于总结、财经论文、行政公文中某些篇幅较长、内容较多的文章或文件之中。

3) 展示、鼓舞性结尾式。这种结尾方式在结尾处,根据主旨的要求,展示未来,鼓舞斗志。总结报告类文章常用此法。

4) 强调性结尾式。这种方式在结尾处对文章主旨进行强调说明,以示重视,便于贯彻执行。调查总结类、财经论文类常用此法。