

主编○周蓓新 副主编○赵爱华 闫济欣

[illegible]

中国高等教育学会秘书学专业委员会“十一五”规划教材
21 世纪高职高专精品教材·现代秘书系列

秘书文案工作与实训

主 编 周蓓新

副主编 赵爱华 闫济欣

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

秘书文案工作与实训/周蓓新主编

北京:中国人民大学出版社,2008

中国高等教育学会秘书专业委员会“十一五”规划教材

21 世纪高职高专精品教材·现代秘书系列

ISBN 978-7-300-09479-3

I. 秘…

II. 周…

III. 公文-写作-高等学校:技术学校-教材

IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 101293 号

中国高等教育学会秘书专业委员会“十一五”规划教材

21 世纪高职高专精品教材·现代秘书系列

秘书文案工作与实训

主 编 周蓓新

副主编 赵爱华 闫济欣

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京宏伟双华印刷有限公司

规 格 170 mm×228 mm 16 开本

印 张 17.75

字 数 338 000

邮政编码 100080

010-62511398 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2008 年 7 月第 1 版

印 次 2008 年 7 月第 1 次印刷

定 价 26.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

总 序

本套秘书系列教材紧紧抓住职业教育大发展这一历史机遇,遵照教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》中的指示精神,“以服务为宗旨,以就业为导向”,以“高素质,具有动手能力、技术能力和创新能力的应用人才”为培养目标,在编写过程中始终贯彻“贴近学生,贴近职业,贴近社会”的原则,对秘书课程内容进行整合,注重实用,紧跟市场变化,与社会经济发展同步。

本套教材的编写由过去演示型的编写思路转变为模拟职业训练的编写思路,教材编排采用的是螺旋式和直进式的编排方式。前者是将知识分成不同层次,在不同的章节多次出现,逐步加深;后者是体现了知识的系统性和完整性。教材依照新型秘书的知识结构和能力结构,突出职教特点,以“必需”、“够用”为度,量身打造,将行政秘书与商务秘书融为一体,汇知识、技能、情趣于一炉,突出学生主体地位与技能核心地位。

本套教材是群体智慧的结晶,凸显了以下几个特点:

一、定位准确,具有特色

教材树立以能力为核心的秘书人才观,站在市场经济发展的前沿,根据社会对秘书人才的需求,教材在理论上树特色,在系统上创特色,在效果上出特色。可以说,本套教材在“特”字上做足了文章,全面落实科学发展观,真正体现秘书职业教育教学又快又好的发展。

二、系统性强,注重实训

教材是一门学科知识的载体,是实施教学的基本依据。本套教材兼顾秘书发展前景,体现工作内容、能力要求,全面系统地进行了有理论、有技术、有方法的阐述。本套教材强调了实训性,实训是本套教材的主流,这就冲击了传统的重“学”轻“术”,重“知”轻“用”的教育理念。教材以学生为本,案例求真务

实，强调毕业与就业“零距离”，上岗就能工作。

三、遵照标准，求实创新

本套教材是遵照《秘书国家职业标准》和《中国秘书岗位资格证书考核大纲》进行编写的。学了本套教材不仅明确秘书应做什么，怎样做，而且有助于考取《国家秘书职业资格证书》或《中国秘书岗位资格证书》。国家已实行学历文凭与资格证书并重的用人制度。资格证书是就业的通行证，是上岗的资格证。本套教材充分反映了秘书工作的最新知识、最新技术，凡是秘书岗位工作中要求掌握的知识与技能，在本套教材中均有详细的指导和介绍。

四、双证教材，办公宝典

本套教材是双重性编写框架，不仅适用于高校专业教学，也可用于培训和自学。教材中将秘书知识和技能贯穿于每一个模块中，重点明确而突出，简明而新颖，易学好用，可作为办公室工作宝典，现用现查。

在编写过程中，我们虽借鉴了国内外秘书职业教育先进教学模式和经典教材，顺应了当代职业教育教学制度的改革趋势，但由于编者水平所限，教材中不足之处，敬请读者批评指正。在此，向广大读者朋友表示最诚挚的敬意。

范立荣

二〇〇八年七月

前 言

文案工作是秘书工作的重要构成部分,在整个秘书工作中居于核心地位。有关秘书工作的教材已经出了很多,但专门把文案工作单独拿出来进行研究的却很少。本书正是基于这样的考虑,在编排上将有关秘书文案的工作都汇总起来进行综合阐释,精选了许多典型案例,设计了综合实训的环节,并附有思考和练习题,以便学生有针对性地进行训练。本着“必须、实效、够用”的原则,本书注重技能的培养,突出岗位及职业训练。

本书由周蓓新主编,周蓓新、赵爱华负责统稿。具体编写分工如下:

- 赵爱华:第一章 文案概说;
- 杨丽君:第二章 文案工作概述;
- 呼东燕:第三章 文案的策划;
- 赵 蕾:第四章 文案的撰写;
- 闫济欣:第五章 文案的编辑;
- 闫济欣:第六章 文案的排版;
- 呼东燕:第七章 文案的印制;
- 周蓓新:第八章 文案的处理;
- 张晓东:第九章 文案的管理;
- 郭灵云:第十章 文案的整理与归档。

本书在编写过程中,参考了很多相关的文献资料,为了行文方便,未能在书中详尽注明,均以参考文献的形式在书后一一列出,在此向有关作者深表谢意。

由于秘书文案工作内容众多,实训体系构建尚在探索之中,尤其是我们水平所限,书中难免有疏漏欠妥之处,恳请学术界同人和广大读者批评指正。

周蓓新
2008年5月

目 录

第一章 文案概说	(1)
第一节 文案的内涵与特点	(1)
第二节 文案的种类	(6)
第三节 综合实训	(21)
第二章 文案工作概述	(29)
第一节 文案工作的任务	(29)
第二节 文案工作的要求	(37)
第三节 文案工作者的要求	(42)
第四节 综合实训	(47)
第三章 文案的策划	(52)
第一节 文案的创意	(53)
第二节 文案的设计	(61)
第三节 综合实训	(71)
第四章 文案的撰写	(78)
第一节 文案的结构	(78)
第二节 文案的拟写	(84)
第三节 文案的用语	(91)
第四节 综合实训	(101)
第五章 文案的编辑	(109)
第一节 文案的选择与确定	(109)
第二节 文案的修改	(119)

第三节 文案的校对与审核	(125)
第四节 综合实训	(126)
第六章 文案的排版	(132)
第一节 文案版面的编排思想	(132)
第二节 文案的编排	(136)
第三节 文案的版面	(147)
第四节 综合实训	(150)
第七章 文案的印制	(156)
第一节 文案的缮印	(156)
第二节 文案的装订	(163)
第三节 文案的用印	(166)
第四节 综合实训	(170)
第八章 文案的处理	(176)
第一节 文案处理工作概述	(176)
第二节 文案的收文处理	(182)
第三节 文案的发文处理	(199)
第四节 综合实训	(208)
第九章 文案的管理	(218)
第一节 文案的保管	(218)
第二节 文案的利用	(225)
第三节 综合实训	(232)
第十章 文案的整理与归档	(237)
第一节 文案的整理	(237)
第二节 文案的归档	(252)
第三节 综合实训	(256)
附录 1 中华人民共和国国家标准校对符号及其用法	(260)
附录 2 出版物上数字用法的规定	(264)
附录 3 印刷体各种字体字号表	(269)
参考文献	(270)

第一章

文案概说

【内容提示】

本章主要讲解有关秘书文案的基本知识,包括文案的定义、文案的特点和文案的种类,并附有有关秘书文案的综合实训和思考与练习,以便学生能全面准确地把握秘书文案的概念。

第一节 文案的内涵与特点

一、文案的定义

文案是各级各类机关、单位在日常运作过程中所使用的具有一定效力和规范体裁的文书,是机关单位进行公务活动的重要工具。秘书文案具有实施管理、沟通信息、维护企事业单位合法权益、宣传和树立企业形象等重要作用,写作优秀的文案是秘书的基本技能。

文案,是秘书工作的重要内容,它涉及的范围非常广泛,既包括国家机关使用的行政公文,也包括各种企事业单位使用的事务性文书,是各种常用公文和实用性文书的总称。在过去的认识里,人们对文案的理解仅限于各种广告文书的写作,但在今天,文案的含义已经扩大到各个领域。而且“文案”不仅指文书,也

可以是一种职位，指从事文字工作的人。文案工作，指的是对各类方案进行策划、创意、撰写、设计制作、传递处理以及有效利用的一种综合性管理活动，秘书的日常工作中有很大一部分内容属于文案工作。

二、文案与策划

文案是广告学里的一个术语，经常和“策划”一词连用，文案策划在广告学里既可以指工作职位，也可以指工作内容。在广告学中，严格地说文案与策划应当是两个相互联系但却迥然不同的专业分工，只是受制于我国广告行业普遍的公司小型化现状，所以才产生了这种“复合型专业职位”。

在广告行业里，文案的工作是编辑、撰写广告文字内容或影视媒体中的对话、旁白，具体产品是广告语、大标题、广告内文等，总之是一切写给消费者（最终广告受众）看的東西。而策划则是考虑怎样做广告的职业，比如广告媒体形式、受众人群分析、宣传重点、营销策略等，此外，策划可能还要考虑画面、文案的表现方式等。大体来说，策划做的东西是给广告公司和客户看的。

在广告公司里，策划是文案的上游环节，其人员素质要求要比文案要高一些，一般一个策划可以做出一份合格的文案，但文案却很难做出一份全面的策划。策划是统携全篇的纲领，而文案则是画龙点睛的章节。策划是广告系统中的根基与框架，文案则是广告中的一个环节。策划涉及前期市场调查、分析、提炼等一系列庞杂繁复的工序，并决定了后续平面、文案的创作方向。

三、秘书文案

本书中所说的文案指的是秘书文案，它既不同于传统的文书，也不同于现代生活中的广告文案。说它不同于传统的文书，是因为传统的文书多指国家机关和企事业单位的行政公文；说它不同于现代生活中的广告文案，是因为它涉及的范围远远超出了商业的范畴。无论是政府机关、事业单位、社团组织，还是各种集团、公司等经济实体，只要是在日常工作过程中需要用文字表述的东西，都可以称为文案。而且，随着社会的进步和科技的发展，各种社会组织在实施内部管理和对外交往时，往往不再单纯地运用文字，而是将文字、图形、图像等综合起来进行使用。这样，传统意义上的文书就不能正确地指称现代意义上的文案，而现代的秘书文案所指的范围也远远超出了传统文书的范围。

现代秘书的就业范围早已不再局限于国家机关和国有企事业单位，他们更多是在各种各样的集团、公司等经济组织里任职。经济的飞速发展和经济的全球化、一体化要求任职其中的秘书人员必须熟悉各种以文字为主，以数据、图表、

图形、图像为辅的书面材料的制作，而这些书面材料，有些是用于组织内部的行政管理的，如决定、通知、计划、总结等；有些是用于组织的对外宣传的，如广告、海报等；有些是用于组织的业务往来的，如合同、招投标书等；还有些是用于组织的社会交往的，如迎送词、请柬、贺信等，这些都属于现代意义上的秘书文案。

从上面的表述还可以看出，现代意义上的秘书文案不仅指文字工作，也包括对数据、图表、图形、图像的运用和处理。办公自动化的实现是对传统文书工作的革命，它一方面把秘书人员从抄抄写写中解放了出来，另一方面也对秘书的技能提出了挑战，如何熟练运用现代办公设备和手段，将文字、图形完美地组合起来，形成一份图文并茂的书面材料，这是现代企业对秘书人员最基本的要求。

四、秘书文案的重点

文案的写作是秘书工作的重点，也是难点。文案写作内容非常复杂，涉及的范围也非常广泛，包括公文写作、事务文案写作、法律文案写作、商业文案写作、会议文案写作以及礼仪文书的写作等。扎实的文字功夫和良好的文学修养是从事秘书文案工作应该具备的最基本的条件，在这一点上，无论是过去还是现在，对秘书从业者的要求都是一样的。除此以外，现代秘书文案工作者还需具备熟练的现代办公设备操作能力和一定的编辑、审美能力，因为现代的秘书文案不仅仅是文字的組合，而是集文字、图形、图像于一体，充满创意和美感的各种书面材料。

五、文案的特点

秘书文案的种类虽然多种多样，但都具有下述特点。

（一）实用性

秘书工作中所涉及的文案，无论是机关单位的法定公文，还是礼尚往来的社交信函，其首要的特点就是实用性。文案的实用性具体体现在以下两个方面：

（1）能够解决工作中的实际问题。任何单位和组织都是因为工作中有需要解决的实际问题才对内或对外行文，不解决问题的文案是没有必要，也不可能存在的。文案的这一特点要求秘书人员必须重视文案工作，充分发挥文案的作用，在文案的写作和处理过程中本着求真、务实的态度，切实把文案作为行政管理 and 对外交往的有力工具来加以利用。

（2）有一定的行政效力和影响。机关单位的组织管理模式和社会交往形式可

以是多种多样的，但无论哪种管理模式和社交形式的文字表述方式都表现为文案。这些文案可以是行政公文，可以是规章制度，也可以是礼仪信函。文案的这一特点要求秘书人员必须重视文案的效力和影响，在文种选择和行文表达方面要特别慎重，以便使文案最大限度地发挥作用。

（二）严肃性

虽然秘书文案的内容涉及非常广泛，但它们有一个共同特点就是严肃性。文案的严肃性具体体现在以下两个方面：

（1）代表法定的机关单位和组织。文案是机关单位和各种社会组织对内行使权力，对外进行交往的文字载体，它所传达的每一个思想都是所在单位意思的表述，在它的行文中，或于标题，或于落款处都会出现所在单位的法定名称，表明文案的主体和所属。文案的这一特点要求秘书人员必须严肃对待文案工作，在行文中要时时处处注意体现所在单位的意志，切忌将个人的主观意志在文案中流露出来。

（2）承担一定的法律责任。秘书所从事的文案工作是代单位立言，传达单位的意思，它所说的每一句话都代表单位，所有因文案产生的影响或后果，单位都要承担法律责任。文案的这一特点要求秘书人员在文案撰拟过程中要特别注意遣词造句，要做到字斟句酌，以免出现因措辞不当而导致的误解甚至纠纷。

（三）规范性

秘书文案所涉及的种类和内容虽然千差万别，但每种文案却有相对规范的体式和语言，而对于行政性较强的文案，其制作和处理也有严格的规范。

（1）体式的规范性。文案的体式指各种文案的文体和格式、程式，如文案用纸的尺寸、书写的格式，文案的结构，文案上的标记等，不同文案的体式要求各不相同，秘书人员应根据不同文案的要求，按照规范体式撰写和制作文案。

（2）语言的规范性。除体式的规范性以外，文案的语言也具有规范性的特点。所谓语言的规范性，指不同种类的文案，在行文表达时应采用不同的语言表达方式，如行政文案的语言应郑重、严肃；事务文案的语言应准确、流畅；社交文案的语言应热情、真挚；法律文案的语言应严谨、周密等。

（3）制作的规范性。文案制作的规范性指文案在制作过程中，要按照国家或单位的相关规定进行排版、编辑、缮印、校对、审核和签发。文案制作是文案形成的最后一个环节，制作过程是否规范直接关系到文案的效力和影响。

（4）处理的规范性。文案处理是指围绕文案的收发、办理、传阅以及立卷归档等展开的一系列工作，所谓文案处理的规范性是指对文案的处理应按照国家或单位的有关规定进行办理。

（四）时效性

文案的时效性有以下两方面的含义：

(1) 指文案的制作具有一定的时间性。机关单位的文案都是为解决问题而产生的，因此文案的制作一定要快，从受命、草拟到撰写、封发等一系列环节都要快，文案时效性的这一特点要求秘书人员应该养成眼快、手快、脑快的工作习惯。

(2) 指文案的效用具有一定的时间性。可以说没有一份文案是永远有效的，文案的效用会随着形势的发展、情况的变化，以及制发机关本身的变革等原因而发生变化。当一份文案完成了它的现实使命以后，秘书人员就应该及时对其进行清理、立卷、归档，以便让有用的文案接着完成它的历史使命。

(五) 创新性

虽然文案具有严肃性和规范性的特点，但这并不等于说文案就不能创新，随着时代的发展和社会的进步，一些旧有的文案，无论是形式还是内容，都已经不能满足工作的需要，这时就要对文案进行更新，要借鉴国内外和相关领域先进的文案类型，对落后的文案进行改造和创新，以便使文案能始终跟上时代的步伐，为社会发展作出应有的贡献。



相关链接

好文案的三个特点

1. 语言有张力：语言的张力，是指语言能给人以思考，或者说是有一定的想象空间。按照美学的观点应该是能传达出一种意象，就像国画中的留白，适当的留白不仅是为了美观，而且是给看的人一种节奏，一种读取（解码）时的余地和空间感。如果语言太直白，而且没有直击要害的话，就不会给人留下什么印象，不能给人留下印象的文案基本上可以说不是好的文案。此时你要问自己：这些文字有没有足够的吸引力，留下人们的目光，并且走进人们的心里，和人们的某根神经达到同一节奏而和谐共鸣。首先你要感动自己，然后你才能感动别人，这就需要你要用心去做这件事。

2. 信息很清晰：不管你如何的天马行空，你传达出来的信息必须是清晰的，这是一个好文案必须遵守的原则。如果不能清晰地传达你要传达的信息，此次沟通基本等于做了一次无用功，就像你在水中划了一条痕，起身后风平浪静。如果说语言张力是让人记住的话，那么信息清晰，就是让人记住你让他记住的东西。这一点非常重要，重要得你可以牺牲任何的独特的表现手法。信息清晰才不会被人误解或误读，万一被误会，你就前功尽弃了。信息清晰的另一个方面，就是你的文字是不是符合策略。记住任何文案都要符合策略，否则传达出来的信息就没有整体性，就是东一榔头西一棒槌的儿戏，根本不足以为企业或广告商建立品牌形象。

3. 沟通有亮点：每一次信息传达都是一次沟通，而不是说服；是引导，而不是一言堂，也不是强势灌输。所谓沟通有亮点，就是你在沟通的时候要讲究方法和技巧，尽量使你的沟通更容易让人接受，这是为你的文案加分的。虽然为了表达清楚信息可以牺牲任何东西，但是那仅仅是文案的基本要求，也就是说如果讯息都不能准确传达的话你根本就不够资格做一个文案，更遑论做出优秀文案了。

如果一个文案具备了这三个特点的话，就是一个好文案。可以说，这可以作为我们评论文案好坏的标准。

第二节 文案的种类

文案作为各类社会组织从事管理和对外交往的重要工具，产生并作用于不同的社会领域，实用范围广泛，种类繁多。了解实际工作中文案的不同类别，掌握正确选择文案种类的方法，学会使用通用于公务活动中的各种文案，对秘书人员来说显得尤为必要。

文案的种类有很多，从不同的角度可以分出很多类别，例如：

(1) 按物质载体材料划分，文案可以分为：

纸质文案：指以纸张或纸板为物质载体的文书。这是使用最普遍的载体。

感光介质文案：指以胶片、相纸、录像带等感光材料为物质载体的文书。

磁介质文案：指以磁带、磁盘、磁鼓等磁性材料为物质载体的文书。

电子文案：指以数码形式存储于磁带、磁盘、光盘等载体，依赖计算机等数字设备阅读、处理，并可在通信网络上传送的文书。

做这种划分的目的在于对制作技术不同的文案，采取适宜的方式进行制作与处理。

(2) 按信息表达形式划分，文案可以分为：

文章式文案：指通篇以文字为信息表达形式的文书。

表格式文案：指用表格和文字相结合的方式作为信息表达形式的文书。

图形式文案：指以图形为主，同时辅以文字、数字作为信息表达形式的文书。

声像式文案：记录声音或图像的文书。

无论是国家机关、企事业单位，还是各种社团组织，其常用的秘书文案大致包括下述一些类别。

一、行政文案

行政文案，即行政公文，是指党政机关、企事业单位和群众团体在处理公务时使用的有一定规范的各种正式文书。行政公文有极强的政治性和权威性，有法定的作者和阅者，有明确的行文规则和严格的制作格式。秘书人员需要掌握的行政文案种类如下所述。

（一）决定、通告

1. 决定

决定是国家机关、群众团体、企事业单位“对重要事项或者重大行动作出安排，奖惩有关单位及人员，变更或者撤销下级机关不适当的决定事项”的指令性公文。决定的性质决定了它只能是上级对下级机关或所属部门使用的下行文，并且只限于对某些重大事项或重大行动作出安排，不适用于对一般具体事务性工作的安排。常见的决定类型有：（1）部署重要工作的决定。（2）处理具体事务的决定。（3）表彰或处分决定。（4）任免决定。

2. 通告

通告是周知性的文种之一，适用于在一定的范围内，向人民群众、机关团体公布应当遵守和周知的事项。通告的发布者通常是国家机关中的业务（职能）部门，也可以是基层单位、群众团体。通告适用的范围，不仅仅限于上级对下级，不相隶属的单位也可使用，它有具体的适用范围和时限性。通告发布的形式较多，可登报，可广播，可张贴。通告可分为：（1）制约性通告，即在一定范围内，为保证某一项工作的开展与某项活动的进行，而发布的规定性措施或强制性要求。（2）周知性通告，即向一定范围内的单位或个人发布应当遵守或周知的事项。

（二）通知、通报

1. 通知

通知属于知照性公文，适用于批转下级机关的公文，转发上级机关和不相隶属机关的公文，传达要求下级机关办理和有关单位周知或执行的事项，任免人员等。通知应用得最为广泛，使用频率很高。上至高层机关，下至基层单位；大到全国范围内的重大安排，小到一个单位内部告知一般事项，都可以用通知行文。常用的通知种类有：（1）发布性通知。法规性文件经有关部门制定以后，需要用通知的形式予以发布，这类通知即属于发布性通知。（2）指示性通知。上级单位对某项工作的布置、要求、意见等往往用通知的形式向下级单位传达，这种通知带有指令性，即指示性通知。（3）转发和批转性通知。上级或同级的来文要传达到下属单位贯彻执行，需要用通知的形式，这种通知叫转发性通知；上级领导部

门转发下属单位的来文，如报告、请示、意见等所用的通知称为批转性通知。(4) 会议通知。会议通知主要用于通知会议的时间、地点、主要内容、参加人员和注意事项等。(5) 任免通知。上级机关对于所任免的人员用通知行文任免和聘用。

2. 通报

通报是国家机关、社会团体、企事业单位用以表彰先进、批评错误，传达重要精神或通报有关情况的公文。通报的应用也比较广泛，可以用于表扬好人好事、新风尚；也可以用于批评错误，总结教训，告诫人们警惕类似问题的发生；还可以用来互通情况，传达重要精神，沟通交流信息，指导推动工作。根据内容的不同，常见的通报类型有：(1) 表彰性通报。用来表彰先进单位和个人，介绍先进经验或事迹，树立典型，号召大家学习。(2) 批评性通报。用来批评、处分错误，以示警戒，要求被通报者和大家吸取教训。(3) 情况通报。在一定范围内传达重要情况或动向，以指导工作为目的。

(三) 请示、报告

1. 请示

请示是用于向上级机关请求指示、批准的一种上行公文，它具有强制回复的性质。请示的行文目的是请求上级机关对本单位权限范围内无法决定的重大事项，以及在工作中遇到的无章可循的疑难问题，给予答复。常见的请示种类有：(1) 请求指示的请示。此类请示一般是政策性请示，是下级机关需要上级机关对原有政策规定作出明确解释，对变通处理的问题作出审查认定，对如何处理突发事件或新情况、新问题作出明确指示等。(2) 请求批准的请示。此类请示是下级机关针对某些具体事宜向上级机关请求批准的请示，主要目的是为了解决某些实际困难和具体问题。(3) 请求批转的请示。下级机关就某一涉及面广的事项提出处理意见和办法，需各有关方面协同办理，但按规定又不能指令平级机关或不相隶属部门办理，需上级机关审定后批转执行，这样的请示就属此类。

2. 报告

报告是下级机关向上级机关汇报工作，反映情况，答复上级机关询问时所使用的公文。它是行政公文中的上行文种，属陈述性文体。它是上级机关制定方针政策、指导工作的重要依据，也是下级机关取得上级对本机关工作的支持、指导的重要途径。常见的报告类型有：(1) 呈报性报告。这是将有关情况提供给上级机关了解掌握，为上级机关制定有关方针政策提供依据的报告。它不要求上级对报告进行转发，只是向上级汇报工作、反映情况、答复询问和报送有关文件。(2) 呈转性报告。这是下级机关向上级机关呈报工作情况、提出工作建议或意见，并要求上级机关批转给有关部门贯彻或执行的报告。当某个业务主管部门在提出有关业务问题的处理、措施，需相关部门配合协作，而自身又无权向这些部

门部署工作时，可采取这一报告形式，请求上级批转给这些单位贯彻执行。这种报告最后多用“以上报告如无不妥，请批转各地（或各有关部门）执行”等惯用语作结束语。

（四）批复、函

1. 批复

批复是上级答复下级机关请示事项时所使用的下行公文。下级机关对本单位无权、无力、无法解决的事项向上级机关请示时，上级机关就使用“批复”这一文种进行答复。批复的内容主要是对请示事项明确表态，或同意，或不同意，或部分同意，有时还对请示事项作出修正、补充。

2. 函

函是“适用于不相隶属机关之间相互商洽工作、询问和答复问题；请求批准和答复审批事项”的公文。就行文关系而言，它属于平行文。

函是公文中运用最为灵活的一个文种，它的适用范围最宽、内容范围最广。作为一种公文，它具有篇幅短小，写作方法灵活的特点。常见的公函种类有：（1）商洽函。主要用于不相隶属机关之间商量洽谈办理某一事项，如联系参观、学习，商洽干部调动，请求帮助支持等。（2）问答函。主要用于向对方询问或答复某一事项。问答函包括询问函和答复函两种类型。答复函与批复、答复性报告都属答复性公文。但三者又有所区别。答复函的对象，一般是不相隶属机关，属平行文；批复的对象是下级机关，属下行文；答复性报告的对象是上级机关，属上行文。（3）请批函。用于向有关主管部门请求批准某一事项。请批函与请示都有“请求批准”的意愿，但两者适用对象不同。请示的对象是有隶属关系的直接上级，属上行文；请批函的对象是无隶属关系的主管部门，属平行文。所谓有关主管部门，指对请批的事项有决定权和批准权的部门。主管部门多是职能部门。

二、事务文案

事务文案是指法定公文之外的常用的公务文书。它是各机关团体、企事业单位在日常公务活动中经常使用的事务性、实用性很强的文体，如计划、总结、调查报告、规章制度等。机关常用事务文案种类较多，它比法定行政公文使用频率更高，使用范围更广。常见的事务文案如下所述。

（一）计划总结文案

1. 计划

计划是为完成一定时期的任务而事前对目标、措施和步骤作出简要部署的事务文书。

计划的种类很多。“计划”只是个统称，常见的“安排”、“打算”、“规划”、