

经济 管理 干部 实用 写作

经济管理干部学院应用写作教材

十四院校编写组

重庆大学出版社

经济管理干部实用写作

主 编

李安松 黄竹英

副 主 编

尹树楷 刘应时
韩秉彝 袁敬华

重庆大学出版社

内 容 简 介

本书从经济管理干部培训的实际需要出发,以提高写作能力为目标。全书分上、下两篇,上篇为写作基础知识,下篇为经济管理实用文体的写作知识。写作基础知识,主要以经济活动和管理实践为内容,论述了经济管理写作的特点和规律,具有较强的专业性、针对性和实用性。实用文体有:经济新闻、经济预测、经济活动分析、经济合同、经济法规、经济评论以及干部管理学院学员毕业论文的写作等。原稿经全国十四省市经济管理干部院校教学实践,修改补充,知识性与实用性兼备,深受学员欢迎。本书亦可作为广大企业管理干部自学参考。

经济管理干部实用写作

李安松 黄竹英 主编

责任编辑 梅欣生

※

重庆大学出版社出版发行

新华书店经销

重庆电力校印刷厂印刷

开本: 787×1092 1/32 印张: 10.5 字数: 227 千

1988年7月第1版

1988年7月第1次印刷

印数: 1—15000

标准书号: ISBN 7-5624-0128-4
F·13

定价: 2.70元

前 言

管理应用写作课是全国管理干部学院的一门必修的基础课，具有很强的综合性和实用性，开设这门课，旨在提高管理干部学院大专学员的应用写作能力，使学员掌握较坚实的写作基础知识，正确熟练地写作经济管理常用的各种应用文，为经济管理工作服务。

全国管理干部学院是1983年以后陆续创办的，目前尚无统一的管理应用写作教材。有的学院只好借用电大、刊大、函大或普通高校的写作教材，有的则自编讲义暂时使用，不同程度地影响了管理应用写作课的教学质量。为了改变这种状况，以适应教学急需，我们十四所学院联合编写了这本教材。

本书分上下两篇。上篇为写作基础知识部分，包括：“材料与观点”、“文体与表达”、“思路与结构”、“语言与数字”、“文面与修改”等五章；下篇为管理应用文体部分，包括：“信息与交流”、“调查与预测”、“组织与管理”、“探索与创新”四类文体的写作，每种文体均紧扣管理实践，有较强的针对性。

本书在编写和出版过程中，得到参加编写的各院校领导和重庆大学出版社的大力支持和帮助，谨此致以衷心的感谢。

编写适合管理干部学院大专学员应用写作教材，对我们来说，是一个相当艰巨的新课题，加上时间仓促，书中难免有谬误之处，尚祈读者不吝指正，以便再版时修改。

编 者

1988年4月

目 录

上 篇 写作基础部分

第一章 材料与观点.....	1
第一节 材料.....	1
第二节 观点.....	11
第三节 材料与观点的关系.....	18
第二章 思路与结构.....	25
第一节 思路.....	25
第二节 结构.....	31
第三章 文体与表达.....	46
第一节 文体.....	46
第二节 表达方式.....	56
第四章 语言与数字.....	81
第一节 语言表达及要求.....	81
第二节 数字.....	101
第五章 文面与修改.....	113
第一节 文面.....	113
第二节 文章的修改.....	124

下 篇 实用文体写作部分

第六章 信息与交流.....	144
第一节 经济新闻.....	144
第二节 广告.....	159

第三节	说明书	167
第四节	书信	176
第五节	电报	184
第七章	调查与预测	191
第一节	会议记录	191
第二节	简报	194
第三节	调查报告	201
第四节	经济预测报告	212
第五节	经济活动分析报告	217
第八章	组织与管理	224
第一节	公文	224
第二节	计划	237
第三节	规章制度	243
第四节	经济合同	249
第五节	招标书与投标书	262
第六节	经济法规	267
第七节	诉状与答辩状	269
第九章	探索与创新	280
第一节	总结	280
第二节	工作研究	285
第三节	经济评论	294
第四节	毕业论文	307
第五节	讲演稿	318

上篇 写作基础部分

第一章 材料与观点

第一节 材 料

一、材料的概念和作用

什么是材料？是指作者为了某个写作目的所搜集以及在文章中表现观点的一系列事实和根据。经济管理实用文体的材料主要是指经济管理活动中的人、事、物、理等经济现象和经济理论。材料的概念有广义和狭义之分：从广义来说，写文章要搜集许多材料，有的写到文章中去了，有的没有写进去。这些写进去和未写进去的都称为材料。从狭义来说，只有那些写进文章中去的才称为材料。使用时，就全部写作过程说，用的是广义的概念，如“搜集、整理材料”。就文章的构成来说，用的是狭义的概念，如“观点统帅材料”。也有的把狭义的材料称为质料。因为这些材料已经经过了作者的鉴定、精选、整理、加工，充当了文章内部的构成要素，与那些原始的材料有着质的区别。

从信息论角度看，经济管理实用写作，就是在经济管理活动中对各种经济的、管理的及有关的信息进行吸取储备、整理加工、组合转换，从而完成原信息的更新和增值，更有效地为经济管理工作服务的一种信息流通和创新活动。从写作学角度看，“吸取储备”，就是收集积累材料，“整理加

工”，就是在收集积累材料的基础上酝酿、提炼观点，使信息增值；“组合转换”就是以观点为统帅，对材料选择使用，安排顺序，选用恰当的表达方式和文体，用书面语言和文字形式表达出来，使原信息更新为系统化的、高级的形态。其中，材料的收集积累工作解决的是信息来源和信息量的问题。没有信息，写作就无法进行。信息源和信息量的情况直接关系到文章写作的成败。信息源丰厚、信息流通量大，捕捉到重要信息的可能性就大，在此基础上对信息进行筛选、整理、组合、转换从而创造出高价值的新信息的可能性也增大，文章的质量也就会高。这里，对信息的筛选、整理、组合、转换就是对材料的选择和使用工作。材料工作不仅是写作的起点和基础，而且贯穿于全部写作过程之中。可见，材料工作是文章写作的一项极重要的准备工作，必须首先解决好。

二、材料的来源和种类

1. 材料的来源。对作者来说，材料的来源有两个途径。一是作者本人在经济管理实践活动中通过观察、体验、感受、实验、统计、调查、研究等直接得到；一是作者从前人或旁人的经济管理经验总结和有关书刊中间接得到。我们常把从第一个途径中得到的材料称为直接材料、第一手材料。这类材料又可分为两类，一类是原始的、感性的材料，这类材料是经济管理活动中客观的、具体的、生动的现象、活动、过程，如某些管理中的新做法、生产实施的全过程、具体的数字、图表等；另一类是经过作者加工提炼后的、凝结了作者主观认识并提高到一定理性高度的材料。这些材料有的称为

发展材料。从第二个途径来的材料称为间接材料，第二手材料、第二手资料。这类材料是通过书籍、报刊、资料汇编等资料或别人的言谈、报告中得到的。这类材料经过作者的重新认识、重新组合，也可以成为发展材料。

为此，作者必须深入到经济管理活动之中，密切注视现实，注意做到周密、细致的观察、体验、调查研究、实验、统计、总结；要学会利用图书馆和报刊资料，还要学会收集积累材料的具体方法，如做记录、卡片、读书笔记等，使材料信源丰富、信道畅通。

2. 材料的种类。从不同的角度，可以把材料分为许多种类。明确材料的种类，对材料的整理、选择、加工和使用，十分重要。

按材料的来源和出处可分为：直接材料、间接材料和发展材料三种。

按材料的性质可分为：感性材料和理性材料，原始材料和非原始材料，事实材料和理论材料等。

按材料的形态可分为：文字材料、图表材料、音像材料、原文材料和复述材料等。

按材料的时间可分为：历史材料、现实材料和背景材料。

按材料的作用可分为：正面材料和反面材料，点上的材料和面上的材料，一般材料和典型材料，对比材料等。

这些种类的材料在文章表达中各有特点和作用，应恰当使用。例如，杨纪珂的《住房制度改革的十大好处》（《经济日报》1987年12月1日）中的第三条好处，“回笼大量民间通货，减轻财政沉重负担”，其中写道：“根据蚌埠市住房

改革经验，应鼓励住房由租转售。旧住宅可优先优惠售给原住户；新住宅要划出一定比例售给职工个人，全国城镇20多亿平方米的旧房如以每平方米100—150元的价格出售，购者必定十分踊跃，首次如只须缴款30%，全部出售后，国家可以回笼400—600亿元的通货。……”这里用的就是统计材料；第五条好处，“调整产业结构比例，发展住房建筑行业”，其中写道：“在我国的旧体制中，住房建筑业是一种政府给予职工的福利而不是一种有经济效益的产业，因而它在产业结构中排不上名次，居于不重要的地位，更不要说成为经济的支柱了。在美国，民用住宅建筑行业为四大经济支柱之一。……”这里用的是对比材料；第六条好处，“利用建材资源优势，充分发挥综合效益”，其中写道：“我国的建材资源十分丰富，储量也非常可观。另外还有一种丰富‘资源’，如许多煤矿的矸石往往堆积成山，多数电站的粉煤灰也日日夜夜地大量涌入河流和其它水域。它们不但侵占了农田，而且还污染了环境，事实上，只要建筑业兴旺起来，这些厂矿废料都可予以综合利用，变废为宝。”这里用的是事实材料。

三、经济管理应用文材料的特点

1. 文体与材料。由于文章的写作目的、方法、作用等不同，可以分为不同的文章体裁，简称文体。不同的文体对材料的要求也不尽相同。就表达方式来说，文章可分为记叙性文章和论说性文章两大类。记叙性文章的材料，要以事实材料为主，突出的特点是形象性、具体性。当然辅之以适当的理论性材料也是必要的。论说性文章的材料总体来说，要以理论性材料为主，突出的特点是抽象性、概括性。同样，一

定的事实材料也是必不可缺的，有时甚至是大量的。不过这些事实材料的处理方法与记叙性文章中事实材料的处理方法是有所区别的。前者的事实材料本身是文章描述的重点，可以称之为“细描”，后者的事实材料只是辅助性的，在手法上类似“白描”。

就应用来说，文章又可分为新闻性文章、文学性文章、应用性文章等。这些对材料的要求也各有其特点。如新闻性文章的材料，以现实材料为主，以历史材料、背景材料辅之，其特点是“真”与“新”。应用性文章的材料则在实用性、针对性上有所讲求。当然各类文体中又有许多具体的式样，对材料的具体要求又是各有其特点的，有的也是相互渗透的。

2. 经济管理文章材料的特点。经济管理文章属应用性文章，样式繁多。有记叙性的，如经济信息、经济新闻、生产记录、工厂大事记等。有说明性的，如说明书、广告、规章制度等。有议论性的，如经济评论、经济学术论文等。也有具有文学色彩的经济杂文。其材料虽各有特点，但总的来看，可以概括为以下几个共同点：

(1) 经济性。经济管理文章的材料内容紧紧把握着经济管理活动的脉搏。从宏观上要囊括社会再生产的全部过程，即生产、分配、交换、消费等。从微观上要涉及企业管理活动的各个环节，如组织、计划、生产、质量、技术、设备、物资、劳动、财务、人事、生活等。为此大量的经济学、管理学及有关专业的科学术语，以及由此表达出来的经济管理活动过程及规律，构成这类文章材料的主要内容。

(2) 定性与定量性。经济管理活动要讲效益、讲科学，

就离不开对经济活动的定性分析与定量分析，特别是定量分析，没有一定的量，定性也无法进行。量总是以具体的数据为标志的。为此，准确而周密、完整而系统的科学数据、数学公式也构成材料的一项主要内容。

(3)具体性和抽象性相结合。经济管理文章无论是记叙性的，还是议论性的，都需要既有一定的事实材料，也有精当的理论材料。它是二者有机的结合，只不过侧重点不同而已。因而其材料特点是具体性和抽象性的结合。该类文章材料中，经济管理活动的全部过程、各个阶段、各个侧面往往都要得到具体的反映。大量的第一手材料、感性材料、具体的数据、图表等自然增强了材料的具体性。没有这样的材料做基石，探讨、总结经济管理活动的本质和规律及其应用也就成了空中楼阁。同时，大量的经济科学、管理科学等有关的理论、结论、假说、公式、定律以及大量的概念、判断、推理等逻辑性、抽象性的材料经常成为文章的主要材料，并象一条主线贯穿于文章之中统摄全篇。科学的本质在于抽象，没有这类抽象性的材料，经济管理活动的本质和规律也就无法总结和表达出来。

四、材料工作的要求

1. 收集积累材料。材料工作大致可分为收集积累和选择使用两个基本环节。收集积累材料是文章写作的第一步，是基础性的工作，其要求是“充分”。所谓“充分”就是要详尽地占有资料，做到专与博的统一。“专”指的是针对课题，充分占有该项经济管理活动本身的资料，如经济、管理、统计、会计、劳务、设备等方面的资料，这一类可称为核心

资料。“博”则是与上述资料有关的外围的资料。如政治、社会、历史、心理、美学等有关学科的资料，还有与核心资料有联系的历史性材料、其它行业的材料、其它单位、其它相关项目的资料等。这样把材料的“专”与“博”结合起来，才能形成合理的材料结构，既可以有效地投放自己的精力，更有利于发现事物之间的联系和规律，写出高水平的文章。

收集积累除了要明确材料的来源、出处，明确材料的种类，掌握收集材料的方法(如观察、调查、利用图书馆)外，还要掌握积累材料的方法。

首先，应明确积累材料的种类。积累材料可分一般积累和专题积累两种。专题积累是确定一个方向或题目的积累。有了方向或题目就给自己确定了具体目标，划定了范围，就可以有重点地利用时间，积累对于选定的方向或题目最需要最有用的材料。专题积累是一种有效的积累，是科学研究的基础。一般积累是无专题的积累，在日常工作、生活学习中遇到好材料、有用的材料，就随手取来以备日后的使用，这也是必要的，因为科学发明往往是在一些偶然的触发下引起的。有时无专题的积累会触发有目的的发现，如牛顿对万有引力定律的发现，就产生于偶然的触发之下。

其次，要学习有效的积累方法。常见的有：列提纲、搞摘录、写札记、做记录等。可以用笔记本、活页本、卡片等做文字记录，并学会分类和整理。其中分类科学的卡片，对研究问题、写文章最为方便、有效。如果是从书籍、报刊、资料汇编得来的间接材料，一定要注明出处、写明书名(或刊名、年度、期数)、作者名、出版单位、出版时间、页码等，以便日后使用或核对。如果是直接材料，一定要把该事

物或活动的时间、地点、人的情况、发展过程、原因、结果等具体情况写清，以便使用。

2. 选择使用材料。收集积累本身就是一种选择。但这里的选择指的是：确立观点后，如何鉴别、选择精当的材料说明观点。这是写好文章关键的一步。具体要求如下：

(1) 选真实、确凿、可靠的材料。科学的本质是真。没有真实、确凿、可靠的材料，科学研究就失去基础，不成其为科学。经济管理写作是实用性写作，更要讲真、讲科学。所谓真，指的是要绝对忠实于客观事物的本来面貌，不允许有虚假，也不允许艺术虚构。这是应用写作与文学写作不同的地方。因而在选择材料时一定要做到尊重客观实际，以科学的态度对待材料，不可夹杂着个人的好恶偏见。是成绩、是问题、是现实、是可能、是什么性质、多大的量等都要客观、精确。材料要有根据、有出处，尽可能使用第一手材料。如果是第二手材料，一定要与原文认真核对。要认真鉴别材料的可靠程度，把握材料的性质种类，做到恰当使用。

(2) 与观点的质、量相符。材料是为表达观点的，首要之点是要与观点同质。也就是说要能从特定的材料中自然引出相应的观点来，不然材料就不能表现观点。为此要紧紧围绕观点选择同质的材料。例如有一篇文章写到“有一个中层政工干部原来是学船舶的，但他对文学、政治工作和马列主义理论也很精通，工人给他提了很多问题，他都解释得头头是道，工人很佩服。他走后，工人们议论说，‘这样的政工干部太少了’。也有这样一位车间政工干部在大会上给工人训话，语无伦次，工人有的用鄙视的眼光看着他，有的睡大觉，不屑一顾。这说明了什么呢？政工干部队伍的文化素质低是一个

较普遍的现象,如果不提高,就不具备作政治工作的能力。”这段文字的观点是最后两行文字表达的。其支撑的材料是前面提出的两个事实。但第一个事实写的是文化素质高,第二个事实写的是文化素质低,其质是相反的。一个高、一个低的材料怎么能得出“政工干部队伍的文化素质低是一个较普遍的现象”的结论呢?显然观点和材料的质不统一。

与此同时,材料的量——信息负荷量也要恰当。就是说,材料的数量要与观点的大小相符合。一个较大的论题往往需要较多的材料支撑;而一些小论题有时仅需要一个材料来支撑。观点与材料的量不相符,就不能成为好文章。“大帽子小身子”或“小题大作”都是写文章之忌。例如有一篇文章的标题和中心观点句都是“思想政治工作必须结合经济工作”,因而文章的重点——即量应放在“必须”二字上,为什么要结合。但文章的“量”没有在“必须”上,而是在“如何结合上”。其中关于“必须”的材料部分仅用了300字,而论述“如何”的却用了1200多字。相比之下“量”的安排是不当的。有些文章材料不够充分也属于量不当的问题。

要使材料和观点质、量相符,要讲求一点艺术辩证法,学会以少胜多。即要善于选择典型的、最有代表性、最有说服力的材料。这样的典型材料文字少,信息负荷量大,最能有力地表现观点,揭示真理,增强表现力。例如:《晚了,正确的决策也会是错误的》一文(载《企业研究》1987①)在论述标题所指明的中心观点时选用了两个主要材料:一个是引用美国著名企业家李·亚科卡关于“即使是正确的决策,如果决定迟了,也会是错误的”的一段;一个是列举了在与外商合资办中国汽车城底特律时,上海和沈阳决策的快

慢带来的不同后果的事实材料。这两个材料很典型，文字不多，却都是很有分量的，有力地支持了观点，具有很强的说服力。当然其材料与观点的质和量的吻合也是十分恰当的。

(3)要有新颖度和审美性。写文章是一种科学创造。

“新”是科学创造的生命，也是文章质量高的标志。材料的新颖度是决定文章“新”的基础，因而材料要新。经济管理文章的材料更要密切描准现实活动中那些最新颖、最有活力、最有倾向性、最敏感的东西。“新”有两个含义，一是新出现、新发明的；一是虽是过去的东西，但对特定的读者来说却是少见的、未见的、新鲜的。这要视写作的目的和读者而定。

应用文章虽注重实用，但也不排斥审美。文章具有审美愉悦性，不仅能给人以艺术上的享受，更可以增强文章的感染力，提高表达效果。因而选材应尽可能地要求美而有情趣。有些经济杂文很受读者的欢迎，与材料的愉悦性是分不开的。例如《经济日报》（1986年11月2日）登的“‘罚款’滥不得”一文在说明滥用罚款现象严重时举的一则趣闻就很可能增强文章的表达效果。文中说：“请看某市城建部门的卫生监督员驱车闯了红灯，被交通警察罚款五元。卫生监督人员受罚后不接罚款单，被交通警察撒碎扔在地上。卫生监督员转手掏出‘黄牌’：对不起，您违章了。结果交通警察又被罚款十元……”。这个颇有戏剧色彩的场面材料使人在愉悦中得到启示。随着四化的发展，人们对审美的要求也必然会越来越高，材料的愉悦性地位也必然会逐渐提高。

材料的使用简单说就是如何用观点统帅材料、材料说明观点，如何安排材料的顺序以增强材料的表达效果等等，

这些问题，我们将在以后有关章节中讲述。

第二节 观 点

一、观点的概念、作用和种类

1. 什么是观点。观点是文章具体内容所体现出来的科学意义及情意指向，也称做“旨”、“意”。“科学意义”指的是从科学认识角度即通过概念、判断、推理、证明的抽象思维方法所得出来的结论、定理、定律、理论等。“情意指向”指的是从情感直觉角度即通过感知、情绪、意向等形象思维和情感思维方法所感觉出来的一种心态指向。经济管理文章中的观点主要是指科学意义，但有时也包含着一定的情意指向。如某些富于感情的调查报告、演说词等。

由于一篇文章是一个有层次的系统，因而观点也是有层次的、成系统的。在一篇体位较大的文章中，处于最高层次上的观点，称为中心观点或主要观点、基本观点、主旨、中心论点、中心思想。它是文章的全部内容所体现出来的最基本、最核心、最集中的科学意义或情意指向，因而是文章的灵魂，是文章金字塔的塔尖。处于中心观点下位的叫观点、小观点，也称之为分论点。它是中心观点的分解展开和分类分项，是中心观点的一级支柱，是文章金字塔的塔身。如果层次多还可以分出更下位层次的小观点，而最下位的观点则是由最基本的材料所支撑着的。材料则是金字塔的地基。一篇文章就是一个观点网，一个系统。一般说来一篇一两千字的文章都有两个层次的观点。例如，《向短线产品要效益》一文（载《天津日报》1986年10月19日）不足千字，但它是由