

规范与技巧丛书

GONGSI CHANGYONG GONGZUO
WENSHU XIEZUO
GUIFAN YU FANLI

公司常用工作 文书写作

规范与范例

刘利华 编著

- 一本专为公司（企业）工作者打造的案头文书写作大全
- 内容全面，体式标准，现查现用
- 材料新颖，案例翔实，简明实用



公司常用工作文书 写作规范与范例



广西人民出版社

ISBN 7-214-02111-1

图书在版编目 (CIP) 数据

公司常用工作文书写作规范与范例 / 刘利华编著. — 南宁: 广西人民出版社, 2009. 5

ISBN 978-7-219-06497-9

I. 公… II. 刘… III. 公司—应用文—写作 IV. H152.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第 023167 号

监 制 江 淳 彭庆国
项目策划 杨 冰 郑 洁
责任编辑 杨 冰 郑 洁
责任校对 林晓明
美术编辑 王 霞

出版发行 广西人民出版社
社 址 广西南宁市桂春路 6 号
邮 编 530028
网 址 <http://www.gxp-ph.cn>
印 刷 广西大一迪美印刷有限公司
开 本 710mm×990mm 1/16
印 张 23
字 数 250 千字
版 次 2009 年 5 月 第 1 版
印 次 2009 年 5 月 第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-219-06497-9/H·70
定 价 35.00 元

版权所有 翻印必究

目 录

第一编 公司公文基础知识	(1)
第一章 公司公文概述	(1)
一、公文概述	(1)
二、公司公文特点	(1)
三、公司公文功能	(2)
四、公司公文种类及结构	(2)
五、公司公文格式	(4)
第二章 公司公文稿本和特征	(4)
第三章 公司公文写作要则	(5)
一、行文规则的基本内容	(6)
二、公文特殊表达要求	(7)
第四章 公司公文处理	(8)
一、公文基本处理	(8)
二、发文处理	(9)
三、收文处理	(11)
四、办毕公文处理	(12)
第二编 公司常用规章制度	(14)
第一章 公司常用管理规章制度	(14)
一、管理规章制度特点	(14)
二、公司常见管理规章制度	(15)
第二章 公司人事部门规章制度范例	(67)
一、制度范例	(67)
二、规定范例	(81)
三、办法范例	(88)
四、条例范例	(89)
第三章 公司财务部门规章制度范例	(93)
一、制度范例	(93)
二、规定范例	(99)
三、办法范例	(102)

第四章 公司营运部门规章制度范例	(105)
一、制度范例	(105)
二、规定范例	(111)
三、办法范例	(115)
第五章 公司常用岗位职责	(119)
一、概述	(119)
二、写作要点	(120)
三、范例	(120)

第三编 公司常用商用文书

(124)

第一章 经贸文书	(124)
第一节 经济合同	(124)
一、概述	(124)
二、写法	(125)
三、写作要点	(126)
四、范例	(126)
第二节 技术合同	(131)
一、概述	(131)
二、写法	(132)
三、范例	(133)
第三节 劳动合同	(139)
一、概述	(139)
二、特征	(140)
三、写法	(140)
四、范例	(141)
第四节 涉外经济合同	(146)
一、概述	(146)
二、分类	(147)
第五节 索赔书与理赔书	(159)
一、概述	(159)
二、索赔书	(159)
三、理赔书	(161)
第六节 经济仲裁文书	(162)
一、仲裁申请书	(162)
二、仲裁答辩书	(164)
第七节 招标书与投标书	(166)

一、概述	(166)
二、招标书	(166)
三、投标书	(169)
第八节 市场调查报告	(172)
一、概述	(172)
二、写作	(172)
三、范例	(173)
第二章 财税文书	(175)
第一节 公司成本报表	(175)
一、概述	(175)
二、写作要点	(175)
三、范例	(176)
第二节 公司财务报表	(177)
一、概述	(177)
二、写作要点	(177)
三、范例	(178)
第三节 招股说明书	(180)
一、概述	(180)
二、特点	(181)
三、写法	(181)
四、范例	(183)
第四节 股票上市报告书	(189)
一、特点	(189)
二、写法	(189)
三、范例	(190)

第四编 公司常用行政文书

(194)

第一章 指挥性行政公文	(194)
一、决定	(194)
二、决议	(195)
三、批复	(196)
四、方案	(197)
第二章 报请性行政公文	(200)
一、报告	(200)
二、请示	(202)
三、申请	(203)

第三章 知照性行政公文	(205)
第一节 通知和通报	(205)
一、通知	(205)
二、通报	(206)
第二节 公告和通告	(207)
一、公告	(207)
二、通告	(210)
第四章 议事性行政公文	(211)
一、意见	(211)
二、函	(213)
三、会议纪要	(215)
四、大事记	(217)
第五章 公司申报文书	(219)
第一节 证件申报	(219)
一、概述	(219)
二、写法	(219)
三、范例	(219)
第二节 申请报告	(221)
一、企业法人登记申请报告	(221)
二、变更登记申请报告	(222)
三、注销登记申请报告	(224)
四、商标注册申请书	(225)
五、税务登记申请书	(226)

第五编 公司常用事务性文书 (228)

第一章 计划与总结	(228)
第一节 计划	(228)
一、概述	(228)
二、写法	(228)
三、范例	(229)
第二节 总结	(231)
一、概述	(231)
二、写法	(231)
三、范例	(232)
第二章 调查报告	(234)
一、概述	(234)

二、写法	(234)
三、范例	(234)
第三章 述职报告	(250)
一、概述	(250)
二、写法	(250)
三、范例	(251)
第四章 致辞类文书	(252)
一、概述	(252)
二、写法	(253)
三、范例	(253)
第五章 书信类文书	(255)
一、概述	(255)
二、写法	(255)
三、范例	(256)
第六编 公司常用诉讼文书	(258)
第一章 起诉状	(258)
第一节 刑事起诉状	(259)
一、概述	(259)
二、写法	(260)
三、范例	(260)
第二节 民事起诉状	(261)
一、概述	(261)
二、写法	(262)
三、范例	(263)
第三节 经济起诉状	(265)
一、概述	(265)
二、写法	(265)
三、范例	(265)
第四节 行政起诉状	(267)
一、概述	(267)
二、写法	(267)
三、范例	(268)
第二章 上诉状	(270)
第一节 刑事上诉状	(271)
一、概述	(271)

二、范例	(271)
第二节 民事上诉状	(274)
一、概述	(274)
二、范例	(274)
第三节 经济上诉状	(275)
一、概述	(275)
二、范例	(275)
第四节 行政上诉状	(277)
一、概述	(277)
二、范例	(277)
第三章 反诉状	(280)
一、概述	(280)
二、具备条件	(280)
三、结构	(281)
第一节 刑事反诉状	(281)
一、概述	(281)
二、范例	(282)
第二节 民事反诉状	(283)
一、概述	(283)
二、范例	(283)
第三节 经济反诉状	(286)
一、概述	(286)
二、范例	(286)
第四章 申诉状	(287)
一、概述	(287)
二、写法	(288)
第一节 刑事申诉状	(289)
一、概述	(289)
二、范例	(289)
第二节 民事申诉状	(291)
一、概述	(291)
二、范例	(291)
第三节 经济申诉状	(294)
一、概述	(294)
二、范例	(294)
第四节 行政申诉状	(296)

一、概述	(296)
二、范例	(297)
第五章 答辩状	(298)
一、概述	(298)
二、写法	(299)
第一节 刑事答辩状	(300)
一、概述	(300)
二、范例	(301)
第二节 民事答辩状	(305)
一、概述	(305)
二、范例	(305)
第三节 经济答辩状	(307)
一、概述	(307)
二、范例	(307)

第七编 公司常用广告文书

(309)

一、概述	(309)
二、广告的本质特点	(310)
三、广告的分类	(310)
第一章 商业类广告文书	(310)
第一节 商品广告	(310)
一、概述	(310)
二、写作要点	(311)
三、范例	(311)
第二节 企业广告	(314)
一、概述	(314)
二、分类	(315)
三、写作要点	(315)
四、范例	(315)
第三节 文化广告	(318)
一、概述	(318)
二、分类	(319)
三、写作要点	(319)
四、范例	(320)
第二章 媒介广告	(321)
第一节 报刊广告	(321)

一、概述	(321)
二、写作要点	(322)
三、结构	(322)
四、范例	(323)
第二节 广播广告	(327)
一、概述	(327)
二、写作要点	(327)
三、结构	(327)
四、范例	(328)
第三节 电视广告	(329)
一、概述	(329)
二、写作要点	(329)
三、结构	(330)
四、范例	(330)
第四节 邮政广告	(331)
一、概述	(331)
二、分类	(332)
三、写法	(332)
四、范例	(333)
第五节 户外广告	(333)
一、概述	(333)
二、写作要点	(334)
三、范例	(334)
第六节 交通广告	(334)
一、概述	(334)
二、写作要点	(335)
三、范例	(335)
第七节 传单广告	(335)
一、概述	(335)
二、写作要点	(335)
三、结构	(335)
四、范例	(336)
第三章 文艺式广告	(337)
第一节 诗歌体广告	(338)
一、概述	(338)
二、写作要点	(338)

三、范例	(339)
第二节 故事体广告	(340)
一、概述	(340)
二、写作要点	(340)
三、范例	(341)
第三节 相声体广告	(342)
一、概述	(342)
二、写作要点	(342)
三、结构	(343)
四、范例	(343)
第四节 快板体广告	(345)
一、概述	(345)
二、写作要点	(346)
三、结构	(346)
四、范例	(347)
第五节 小品体广告	(347)
一、概述	(347)
二、写作要点	(348)
三、范例	(348)
第四章 服务类广告	(349)
第一节 社会广告	(349)
一、概述	(349)
二、写作要点	(349)
三、范例	(349)
第二节 服务广告	(350)
一、概述	(350)
二、写作要点	(351)
三、范例	(351)
第三节 公益广告	(353)
一、概述	(353)
二、特点	(353)
三、范例	(354)

公司公文基础知识

第一章 公司公文概述

一、公文概述

据《易·系辞》载：“上古结绳而治，后世圣人易之以书目契。百官以治，万民以察，盖取诸夬。”这说明，公文是随着文字的产生、阶级和国家的出现，为适应管理工作之需而形成并发展起来的，有着鲜明的政治性。从其诞生之日起，就是为了适应需要、配合公务活动而存在的，具有直接的实用性。《尚书·序》曾云：“古者伏羲氏之王天下也，始画八卦，造书契，以代结绳之政，由是文籍生焉。”迄今所知，殷墟出土的甲骨文是我国最早的公文形式。

“公文”一词，最早出现于《后汉书·刘陶传》中：“但更相告语，莫肯公文。”直至三国时期，公文开始成为通称。公文一词的定义最早见于1916年7月29日北洋政府所公布的《新公文体式》中第一条：“凡处理公事之文件曰公文。”

公文是以白话文为原则，叙述、说明、议论三种表达方式兼用的特殊应用文体。首先，公文须具有应用文的属性，即直接应用性、全面真实性、结构规范性。其次，公文要求使用现代书面语言表达。追求准确鲜明、质朴平实、精练顺达，反对含糊暧昧、繁冗堆砌，重内在美，以消极修辞为主，重在选词炼句，慎用修辞格。由于行文目的不同，叙述、说明、议论在不同的文种中，使用起来各有侧重。

二、公司公文特点

公司公文，是公司在内外活动中为实施管理、促进发展而制作的在一定范围内具有法定效用和规范体式的文件。其在公司中使用得极为普遍，是公司各项工作得以正常运行的重要工具和载体。政治性和实用性，仍是其一贯有之的明显特征，以促进公司各方面工作顺利开展为其基本宗旨，直接反映公司整体

的政治意向和根本利益；此外，在格式上和公文办理的程序上，其还具有公司领导所赋予的权威、统一的固定格式和规范，公司人员必须遵守。公文极具实用性，具体到公司里而言，公文一般是根据国家有关法律法规和公司实际情况而制定，向员工介绍公司基本情况和员工任职期间的有关准则，同时阐述员工在公司任职期间可享受的权利、承担的责任和义务，以及员工在任职期间因需处理公司事务而常接触和使用的文种。

三、公司公文功能

在公司的各项运营工作中，公文逾越时空限制，有效传递公务活动所需信息，是公司工作的重要组成部分，具体体现在以下几个方面。

第一，公司公文是公司发布各项行政法规、方针政策和指令的基本载体，在公务活动中发挥领导、指导作用，在行政管理与维护工作秩序方面发挥着宣传、教育和规范作用。

第二，公司公文是公司各部门之间下情上达等纵横沟通的基本纽带，有利于问题的及时处理；同时比其他信息沟通形式具有更强的准确性、权威性，为公司决策层提供更为有效的依据。

第三，公司公文是公司众多内外活动的真实记录。其记载了活动的状态、过程以及影响等内容，弘扬了公司作为企业公民的社会责任感，促进和巩固了公司的良性社会影响。

四、公司公文种类及结构

依据不同的标准，公文通常可有不同的分类。根据公文形成和使用范围，可分为通用公文与专用公文；根据文件内容所涉及的国家机密程度，可分为对外公开文件、限国内公开文件、内部使用文件、秘密文件、机密文件和绝密文件；根据行文方向，可分为上行文、平行文和下行文；依据对处理时限的要求，可分为平件、急件和特急件；根据文件来源，可分为收文、发文两类。

在本书里，公司常用公文主要以内容性质为标准进行划分，具体分为常用规章制度、常用商用文书、常用行政文书、常用事务性文书、常用诉讼文书以及常用广告文书六大版块，在后文里将会展开具体论述。

公文结构，即公文的组织构造，其具有规范性和相对确定性。基本组成部分有：标题、正文、作者、日期、印章或签署。该部分，为一切公文所必备。其他组成部分（如主题词），可视具体情况决定取舍。

（一）标题

与其他公文相区别的名称，概括揭示受文者关注的内容，为查找、利用与管理公文提供检索标识。

（二）正文

公文主体部分，系统表达受文者获得明确认识所需的信息。

（三）作者

制发公文并对其负全责之机关的全称或规范简称，表明公文的责任者和法定权威性，间接表明公文的空间效力范围。

（四）日期

公文形成的具体时间，通常以领导者签发的时间为准，联合行文以最后签发机关领导人的签发日期为准，特殊情况下以会议通过的时间、印发时间、批准时间作为公文形成时间。除在正文中明确规定生效执行日期外，公文的形成日期，即为公文时间效力范围的起点。因此，其具有表明公文有效性的作用。

（五）印章或签署

印章实际上是指作为机关权力象征的印信在公文上留下的印记；签署是指签发公文的领导人亲笔在正式发出的公文上所签署的姓名。两者均为证实公文作者合法性、真实性及公文效力的标志。

其他组织部分有：主题词、文头、发文字号、签发人、保密等级、紧急程度、主送机关、附件及其标记、抄送机关、注释、印发说明等。主题词，用以揭示公文基本内容并经过规范化处理的名词术语，与标题等相配合进一步简要而准确地揭示公文内容，为主题检索法的运用提供检索标识，为以计算机等现代信息手段处理与管理公文和档案奠定基础；文头，又称版头，是用于强调公文责任归属和权威性的标记，一般由作者全称或规范简称后加“文件”二字构成；发文字号是由作者对其所制发的公文依次编排的顺序代码；签发人，代表公司或部门核准并签发文稿的领导人姓名；保密等级是公文涉密程度标志；紧急程度是表明公文送达和办理时间要求的标志；主送机关是对所收受公文负实际办理、答复责任之机关的全称、规范简称或统称；附件是指附属于公文正件的其他材料，如无专门说明，其他效用与正件相同，在公文正件上要作出附件标记，即注明附件标题、份数、件数等；抄送机关是对所收受公文一般无需承担直接办理、答复责任，而只需了解公文内容的机关的全称、规范简称或统称；注释是对正文中有关名词术语及有关事项的注解、说明；印发说明是对公文印刷发出情况的介绍。

五、公司公文格式

公文格式，是组成公文各部分的文字符号在载体上排列的规定。主要是对载体的规格尺寸、载体区域划分、公文各组成部分的排列次序与编排式样、文字符号的形体及尺寸等予以规范。

目前公司通用公文的格式一般为公文纸一般采用国内通用的 16 开型、国际标准 A4 型，供张贴的公文用纸幅面尺寸，可根据实际需要确定；公文纸分为图文区（用以书写、印刷文字、图形等符号）与白边区（不允许出现任何符号）；上白边（天头）和左白边（订口）应分别宽于下白边（地脚）和右白边（翻口）；所有文字符号从上到下，自左而右依次横写横排（少数民族文字可按其习惯书写、排版）；正文的行长应与图文区宽度相等（即通栏排）；左侧装订。

在公文撰写和印制过程中，保密等级、紧急程度以及发文字号、标题、印章或签署等各个组成部分的标注编排均需遵循公司的规范性要求。

第二章 公司公文稿本和特征

公文稿本指公文的文稿、文本。在公文的形成过程中，有多种文稿、文本产生，它们的内容、外观形式，特别是在效用方面有很大不同。

（一）草稿

供讨论、征求意见、修改审核、审批用的原始的非正式文稿，内容未正式确定，不具备正式公文的效用。其外观特点是没有生效标志（签发、用印等）；标题下方或右侧常见“讨论稿”、“征求意见稿”、“送审稿”、“草案”、“初稿”等稿本标记。

（二）定稿

内容已确定，已履行法定生效程序的最后完成稿，具备正式公文的效用，是制作公文正本的标准依据。定稿一经确立，如不经法定责任者的认可，任何人不得再对其予以修改，否则无效。其外形特征是有法定的生效标志，有的还标明“定稿”、“最后完成稿”等稿本标记。

（三）正本

根据定稿制作供主送机关使用的具有法定效用的正式文本，其内容须是对定稿的完整再现，外形特征是格式正规并有印章或签署等表明真实性、权威性、有效性的标志，在一些特殊公文上还标有“正本”字样的标记。

（四）试行本

试行本是规范性公文正本的一种特殊形式，即试验推行本，在规定的试验推行期间具有正式公文的法定效用。其外形特征主要是在公文标题中加注稿本

标记，一般是在文种后用括号注明“试行”字样。

（五）暂行本

规范性公文正本的一种特殊形式，即暂时推行本，在规定暂行期间具有正式公文的法定效用。其外形特征是在公文标题的文种前加注“暂行”字样。

（六）副本

再现公文正本内容及全部或部分外形特征的公文复制本或正本复份。副本，作为正本复份，与正本在外形上基本没有区别，只在送达对象和使用目的上与正本有所不同，正本送达主送机关，供对方直接办理，副本抄送机关了解内容或本机关留存备查、归档等，在效用方面均具备正式公文的效用。但其因不能再现公文的全部特征，公文的真实性无切实保障，因此不具备正式公文的法定效用，只能供参考、备查。此类文本常需加注“副本”字样。

（七）修订本

规范性公文正本的另外一种特殊形式，是已发布生效的公文，经实践检验重新予以修正补充后再发布的文本。自修订本生效之日起，原文本即行废止。修订本的外形特征除与其他正本相同外，需作出稿本标记，可在标题结尾处标作“（修订本）”，也可在标题下作题注，在圆括号内注明“某年某月修订”。

（八）不同文字稿本

同一公文在形成过程中需用两种或两种以上文字撰写和制作时，会形成不同文字的文稿或文本。在公司，以汉语和其他文字（含少数民族文字）撰制的同一公文不同文字的文稿、文本的效力完全相同。在涉外场合，公文中应对不同国家和民族文字撰制，以及它们是否具有同等效力作出明确的规定，并应指明在理解上产生纠纷时以何种文字的文本为准。

第三章 公司公文写作要则

总体而言，公司公文写作应遵循以下几点基本要求：合法、求实、合体、严谨、规范。公文内容与形式必须符合上至国家、下至公司内部方针政策、法规以及有关规定，具有合法性；求实，即要实事求是、讲究实效；合体，即公文主题明确、结构完整、格式规范。严谨，即要求公文结构须严密有序，避免产生歧义；规范，即要求公文格式、语言表达、符号使用都应符合有关规定，运用规范的现代书面语言，排斥使用口语词、方言词、土俗俚语及生造语词等，符合语法规则和逻辑，句子含义完整确切，具有较强的独立性，便于受文者全面理解和准确执行。