

中国企业 实用文体大全

马越深 主编

ZHONG GUO QI YE
SHI YONG WEN TI
DA QUAN

辽宁科学技术出版社



中 国

企 业

实 用

文 体

大 全



马魁深 主编

辽宁科学技术出版社

《中国企业实用文体大全》

编辑工作委员会

顾问 王开春 元东洙
主 编 马魁深
副主编 陈文清 于书今 李贵玉 李刚英
作 者 (按执笔章次为序)
马魁深 陈文清 鞠秀礼 于书今
索常俊 周少军 兰庭章 马俊鹏
魏章福 李 唯 王兴顺 段英琦
李香圃 王晓东 王宝中 黄文军
王永多 姜代境 孙宝涛 马俊涛
王学勤 刘宝森 温妮妮 李若庭

中国企业实用文体大全
zhongguo Qiye Shiyong Wenti Daquan
马魁深 主编

辽宁科学技术出版社出版 (沈阳市南京街6段1里2号)
辽宁省新华书店发行 丹东印刷厂印刷

开本: 850×1168 1/32 印张: 29¹/₄ 字数: 693000
1989年12月第1版 1989年12月第1次印刷

责任编辑: 冬 风 芦 芎 责任校对: 秀芝 王莉
封面设计: 曹太文 东戈

印数: 1—7,794

ISBN 7-5381-0714-2/H·19 定价: 13.60元

导 论

中国企业实用文体，同其它文体一样，作为观念形态的东西，都是来源于客观世界，从而又作用于中国成千上万个大中小企业的管理，成为企业管理所必需的书面工具和武器。

中国企业实用文体写作，同其他文体的写作一样，都是一种行为过程。它是一种借助书面语言完成观点、意见、办法、感情传递的复杂精神产品的制作过程。同时，又是一种能力体现。它要求准确把握文体的规范性与写作的规律性，准确、严谨地表述思维的构制，以提高“辞采篇章”的技能和技巧。

现代企业实用文体写作实践，需要现代写作理论的指导。中国十亿人民正在进行现代化建设和改革的伟大事业，为我们创造性地进行企业写作理论的研究与概括，提供了取之不竭的源泉。

当前，中国企业实用写作理论与写作队伍的状况，同中国正在进行的改革开放的伟大事业的需要相比，是不相称的。所以，改革开放的伟大实践，正在呼唤着中国企业实用文体的完善与写作理论的发展。

为了便于研究和掌握中国企业实用文体的规范性和写作的规律性，现将本书的研究对象、任务和方法等分述如下。

一、中国企业实用文体写作研究的对象

我们要确立一门学科的研究对象，首先就要抓住它的本质特征。那么，中国企业实用文体的本质特征是什么呢？用一句话来说，就是它的实用性。具体地说，它是交流信息，传达决策，组织生产，规划经营，请示工作，答复问题，交流经验，总结工作的重要书面工具。中国企业实用文体的产生，就是源于实用。党的十一届三中全会以来，随着改革开放的深化而产生的实用新文体星罗棋布，灿若明星。因此，它的对象，至少应该包括两个方面：一个方面，是对中国企业实用文体的规范性，即各种实用文体的含义特征及其基本型的构成要素等。这是用静态的思维方式去分析一篇实用文的好坏，偏重于对企业实用文写作结果的研究。另一个方面，是对企业管理家和写作研究者所总结出来的中国企业实用文体写作理论的再研究。这是用动态思维方式去研究企业实用写作的动态系统，偏重于企业实用文写作过程及其方法的研究。前者研究的对象是企业实用文体的规范性；后者研究的对象，是企业实用文写作的规律性。这两个方面的研究，是相辅相成的。不研究企业实用文写作的成果，便不能很好地理解企业实用文体写作的基本规律，并验证这些基本规律是否符合实际；而不研究企业实用文体写作的基本规律，便不能把写作经验上升到理论高度。这就是说，要在企业各类实用文写作实践的基础上，通过科学抽象，把隐藏在文章背后的写作规律揭示出来。

实践证明，只有把文体的规范性与写作的规律性结合起来，以马克思主义的辩证唯物主义与历史唯物主义的基本观点和方法加以分析与综合，归纳与概括，才能真正把握与运用企业实用文

体写作的基本规律，使写出来的企业实用文真正成为现代化管理功能的直接体现者。

企业实用文体写作理论发展的基础，是实践，是事实，而不是空想，也不是教条。随着改革开放的深化和发展，已经形成和正在产生着许多新文体。但是我们对它们的研究还很不够，甚至有的尚未接触。企业实用文体写作实践对写作理论提出了新的挑战，要求突破传统的观念、陈旧的概念、过时的理论。现有的一般写作理论——主题、材料、结构、表达、语言等方面的基础知识，无法完全回答企业实用写作中所遇到的一系列实际问题。这就要求我们进一步研究与发展企业实用文体写作理论。首先要划分写作理论研究的层次——企业宏观写作理论、中观写作理论和微观写作理论。只有这样，才能更好地改革老文体，完善新文体，发展新理论。这是时代的召唤，实践的呼唤，也是我们企业写作者和写作理论家的历史责任。

“文成而法立”。这说明文章写作的各种技法，都活生生地体现在具体的文章之中。我们研究企业实用文体学，研究企业实用文体写作规律，不研究企业实用文章构成的基本规律，便无法发展写作理论。同时，我们还必须看到，企业实用文体写作具有科学性、专业性和多样性。因此，对企业实用写作要赋予新的内容，给予新的解释，不要不加分析地沿袭旧的写作理论。这就要求我们认真研究企业实用文体的规范性与写作的规律性。只有如此，我们才能进一步冲破仍然受着陈旧观念与写作理论的束缚，写出促进生产力迅速发展的好文章。我们对企业实用文体写作的研究，如果离开了企业经济效益和社会效益的标准，用抽象的原则和旧的模式来裁判企业实用文体的完善与发展，只能是败坏马克思主义的文风。

中国企业实用写作是个历史的发展过程。目前,对在改革开放中产生的许多新文体的特点、演变及其规范性和规律性的认识,在许多方面还知之不多,知之不深。已经通用的企业实用文体及其写作理论还有待于完善和发展,不断经受实践的检验,给予补充、修正和提高。我们既不要把已有的个别的写作理论当作束缚自己头脑的教条,也不要把在实践中已见成效的企业实用文体看成是完美无缺的模式。这就要求我们敢于探索和创新。没有探索,没有创新,没有不同见解的比较和不同意见的讨论,中国企业实用写作理论研究便不会有生气。在改革开放的新时期,认清中国企业实用文体写作研究的对象,完善企业实用文体,发展企业实用文体的写作理论,这是摆在我们面前的重要课题。在这样的任务面前,努力发扬马克思主义的科学精神和创造活力,振奋起探索创新的精神,这是我们中国企业实用文体写作发展的希望所在。

二、中国企业实用文体写作研究的任务

中国企业实用文体写作研究的任务,概括起来主要有三项:一是不断揭示各类实用文体写作的基本规律;二是探讨在改革开放中产生的各种新文体的规范性及其写作的规律性;三是建立企业实用文体写作的科学体系。这三项任务是密切相关的。

首先,要说的是企业实用写作到底有没有规律可寻?有人认为企业实用写作只是个格式问题。这种看法是不全面的。众所周知,企业实用写作是一项极其复杂的社会实践活动。因此,企业实用写作不可能单独存在。它总是为表现企业的一切活动服务。而其内容又总是千差万别,丰富多采。但是,马克思主义辩证唯物论

的认识论告诉我们：矛盾的特殊性与矛盾的普遍性是对立统一的。不能因为承认矛盾的普遍性而否认矛盾的特殊性；同样，也不能因为承认矛盾的特殊性而否认矛盾的普遍性。正确的观点应该是：既承认企业实用文体写作实践有其特殊的复杂性，对写作的过程与方法不能简单化、模式化；同时，又要承认写作过程与方法具有共同的普遍规律。如同一棵柳树的叶子，乍一看，大体相同。但仔细一观察，每片叶子又都是各不相同的。有个性，也有共性。有相同的方面，也有相异的方面。例如，同是企业协商对话辑录，但由于协商对话的目的类型不同（如处理型对话、调研型对话、沟通型对话、疏导型对话、宣泄型对话），其写法就有所不同。如果雷同了，就是八股，就是形式主义。

再例如，同是实用文体写作，但由于其写作的性质与特点之不同（如模仿型写作——介绍信、表格式实用文写作；再现型写作——记录、纪要写作；创造型写作——总结、调查报告、可行性研究报告等写作），其写作过程和方法也就不完全一样。但不论是简单还是复杂，都是一个彻头彻尾的思维运动。这个思维运动在任何企业实用文体的写作过程中是无所不存、无所不在的。为适应企业实用文体写作复杂性和多样性的需要，就必须用多维的立体的思维体系去改造或更新传统的、单向的、封闭的思维体系。这种思维体系的现代化，是企业现代化写作的一个极为重要的条件。

总之，企业实用文体写作是有其规律和方法的。这一点是客观存在的。就具体文种而言，应该根据行文的目的和内容表达的需要而灵活运用，而写作的基本规律是不能违背的。这就是说，我们研究任何实用文体的写作，都要紧紧抓住个性与共性的关系，从异中看到同，从同中看到异。这是克服形而上学的要道。

其次，改革需要写作，写作需要发展。这就为我们提出了一个新的研究任务，即完善新的文体，发展新的写作理论。

随着改革的深化和开放的发展，已经产生和正在产生着新的企业实用文体。但是，目前我们对它的研究还不够，甚至对有的新文体尚未接触。企业实用文体写作的实践，对已有的写作理论提出了新的挑战。要求冲破三十多年的古老而封闭的写作理论。这是深化改革，提高企业管理水平，发展生产力所亟待解决的现实矛盾。

如果翻开党的十三大政治报告，我们就会高兴地看到，企业新的实用文体如雨后春笋般地出现在中国的大地上。可是我们对它们还缺乏有力的、系统的理论说明与研究。

目前，中国城乡大中小企业几百万家。它们要及时、准确、全面地了解信息，进行经济信息反馈，于是就产生了各种经济信息文体及写作。信息是决策的基础，决策是信息的结晶。企业要提高经济效益，就要根据掌握的信息（包括国家的正确引导）进行经营决策。经营决策的主要文体有哪些，它们都有什么特点和要求。在全民所有制企业实行所有权与经营权（占有权、支配权、使用权）分离，为理顺企业所有者、经营者和生产者的关系，实行经营承包责任制，各种形式的契约文书的特点和写法有什么要求。如此等等。

随着经济体制改革的加快和深化，一些小型全民所有制企业的产权，可以有偿转让给集体或个人，这就产生和形成了各种产权转让文书。要推动横向经济联合，抛弃封闭式自然经济观念，改变大而全、小而全的落后状态，就出现了联合投资、相互参股等多种形式，于是便产生和形成了各种类型的横向经济联合文书。

社会主义初级阶段的所有制结构，是以公有制为主体。同时还要发展城乡合作企业、个体企业、私营企业，还有中外合资企

业、合作企业和外商独资企业。在这些不同性质的企业经营过程中，也产生并形成了各种不同的新文体及其写作知识。

实行以按劳分配为主体的多种分配形式及其分配政策，便产生并形成了劳资改革文书。随着股份经济的产生，便需要股份分红文书。这些文书的性质不同，因而在写法上也就有不同的特点和要求。

随着政治体制改革的开展和深入，对实用文体写作也提出了日益紧迫的要求。在发展社会主义商品经济的过程中，必然是建设社会主义民主政治的过程。在这两个过程中，不仅要完善和发展已有的实用文体及其写作，而且还要建立和发展新的实用文体及其写作。例如，在实行社会协商对话制度过程中，便产生并形成了中央、地方、基层单位的协商对话辑录这一新体及其写作方法。再如，考核干部要由单向型转向为双向型，这就出现了干部述职报告。由于人事制度的改革，又出现了各种聘任制文书。

实行对外开放，已产生和正在产生着外向型经济文书及写作方法。

第三，建立一个完整的具有强大逻辑力和说服力的学科体系。这就要求打破传统的封闭体系和僵化的写作模式，建立一个实用、创新、探索、充实的现代化、科学化和民族化的企业实用文体写作体系。所以摆在我们面前的任务，就是把那些虽然是丰富的、然而又是比较零散的经验加以研究整理，使之成为较系统的理论体系。为此，本书力求体现以下几个关系：

其一，中国企业实用文体写作与社会主义初级阶段经济和政治的关系。毛泽东同志指出：一定的文化（当作观念形态的文化）是一定社会的政治和经济的反映，又给予伟大影响和作用于一定社会的政治和经济。中国企业实用文体是一种可见的有特定内容

的物质实体,其形式是它的内容的载体材料,其内容则是企业管理者进行经营决策与管理等活动的精神产物的书面反映。这种反映(不论长短或繁简)都是一种创造性思维过程。因此,在其写作过程中就必然要受到社会主义初级阶段的经济与政策的影响(这种影响是巨大的,并具有时代特色),反转过来又要对现代化建设和改革开放产生巨大的反作用,以实现其政治与经济的社会价值。

其二,中国企业实用文体写作与企业领导决策思维的关系。经营决策写作同其他写作一样,需要掌握多方面的信息,如国内外环境信息、市场供求信息、竞争信息、本企业的实力与弱点的信息、预测信息、关键情报信息、反馈信息等,并要进行质的提炼与筛选。在这个过程中,就需要具备系统的、创造性的辩证的思维。邓小平同志曾经指出:“干革命、搞建设,都要有一批勇于思考、勇于创新的闯将,没有这样一批闯将,我们就无法摆脱贫穷落后的状况,就无法赶上更谈不上超过国际先进水平。”在走向世界,走向未来,走向现代化的伟大征途中,我们回顾建国三十多年来某些决策失误的教训,唯上不唯实的损失,会倍加感到科学决策思维的极端重要性。要写出好的企业实用文章,企业决策者和撰稿者必须具有现时代的进步的世界观和方法论。“言为心声,书为心画”。一篇企业实用文章,总是要露而不藏地反映企业领导者和撰稿者的思想观念和思维方式。所以要写好企业实用文,首先是思想上的变革、思维上的更新。从这个意义上说,观念上的变革、思维的更新是写好企业实用文章的重要前提和条件。

三、中国企业实用文写作研究的方法

中国企业实用写作学作为文章学的一门重要的分支学科,也

同其他分支学科一样，有其科学的研究方法。

首先，要坚持理论联系实际的方法。没有事实，没有事实的逻辑认识，任何一门科学的研究都不会获得成果的。恩格斯曾经指出：“……不论在自然科学或历史科学的领域中，都必须从既有的事实出发，因而在自然科学中必须从物质的各种实在形式和运动出发……”科学研究虽然必须从客观存在着的事实出发，但事实的汇集并不能成为科学。只有在占有大量事实的基础上，进行科学的分析与综合，归纳与概括，得出科学的结论，而且又经过实践证明是正确的结论。唯有这样的方法，才能称得上科学的研究方法。

只有坚持这种科学的研究方法，才能抛弃前人囿于历史条件带有脱离实际的个别论述，才能破除对中国企业实用写作学的教条主义式的分析和综合，才能根据改革开放的新实践使中国企业实用写作学获得新的发展。这就要求企业实用文写作者开拓新视野，发展新观念，迈入新境界，总结新经验，探索新规律。

其次，要坚持从具体到一般的分析方法。在研究中国企业实用写作学时，我们不应从抽象的定义和概念出发，一定要从中国企业实用文写作的状况、矛盾、演变及其规律的客观实际出发，从大量的范文与病文的对比分析中揭示中国企业实用文的特征、写作规律和方法，阐明企业实用文制作的基本原理及行文规范，以建立具有中国特色的企业实用写作学。

那种定义加例文的简单方法，我们不能采用。我们应该坚持从特殊到一般，从事实到规律，从感性认识到理性认识，从实践到理论；然后再以基本知识和基本理论作指导，进一步探索、总结、概括企业实用写作的基本规律和方法，并运用到写作实践中去。如此循环往复，一次比一次更深刻、更全面、更丰富。

再次，要运用比较的方法。有比较才能鉴别。我们这里所说的比较，不仅是通过两个相近似实用文体的比较，找到其相似或区别之点。而且应该如黑格尔所说的，要能在两个相似的事物中“看出异中之同和同中之异”。用比较的方法研究中国企业实用文写作学，主要是对其特征、形态、作用、技巧等进行比较，自然地而不是勉强地概括出写作规律和方法。即使是这样，也要随着实践的发展，不断经受检验，得到补充、修正和完善。因此，我们既不可把已有的研究成果当作束缚自己写作的教条，也不可把实践中已经约定俗成的写作方法看成是完美无缺的模式。因此，要在比较中揭露矛盾，勇于探索。只有这样，中国企业实用写作才会充满科学精神和创造活力。这是企业实用写作学不断发展的希望所在。

第四，中国企业实用写作研究离不开阅读。阅读是写作的基础，没有大量的阅读，认真的阅读，光是盲目地写也是不成的。实用文阅读与实用文写作这种密切的关系，只有在悟意明理、积学储才、识技师法、辨词知义等创造性精神劳动中，才能深刻地理解它；正确地处理它。

中国企业实用文写作学是一门崭新的学科。党的十一届三中全会以来，人们开始重视对它的研究。特别是对在改革开放中出现的新文体的研究，其意义更为迫切、更为重要。

四、中国企业实用文体写作者的素养

素养是一个人的德、识、才、行的综合。企业实用写作者的素养，就是实用写作者应当具备的主观条件。具体地说，主要包括知识、智能、素质和思维品质。

（一）实用写作者应当具备合理的知识结构

知识是信念的粮食，是思维的源泉。现代化企业的实用写作，离不开现代化的、科学的知识结构。因此，现代企业管理的实用写作者，就必须具备合理的知识结构，即纵向知识和横向知识。具体地说，就是要具有必要的专业理论修养和广博的知识面相结合。只有这样，才有利于企业实用写作者的思维从平面走向立体，从单向角度转为多向角度，从经验型转变为科学型。

现代化大企业的实用写作，往往不是单个人，而是一个群体。在这个群体中，既需要专家，也需要通才；既需要自然科学方面的人才，也需要社会科学、人文科学方面的人才；既需要理论家，也需要实干家。一般说来，一件原则性的长篇的实用文的起草，需要有各类不同人才参加，并能组成一个起草的核心。

（二）实用写作者应当具备优良的智能结构

智能是知识的灵魂，是运用知识去解决问题的能力，是把各种知识转化为写作能力的综合反映，是实用写作的基本推动力。因此，实用写作者应当具备优良的智能结构。

1、要具有较强的反映能力。反映能力强的写作者，能够敏锐地感受外界给予的微小刺激并迅速地作出相应的应对措施。这就需要具有较强的感觉能力、观察能力、随意动作能力等。复杂多变的企业管理写作环境，需要写作者具有较强的反映能力。在现代社会中，优胜劣汰的竞争规律决定了企业实用写作者只有提高适应能力，才能在商品生产的竞争中写出适应增强企业活动需要的企业管理实用文。

2、要具有较强的创造能力。这就是指创立新的思想、新的事物、新的条件等。创造能力是企业实用写作者智能结构的核心。实用写作能力的强弱是与创造能力的强弱成正比的。实用写

作的一个重要表现,就在于不但要被动地适应环境,且而还要力图根据领导的决策要求能动地反映现实,使现实的变化达到预期的目的。归根结底,能够提高企业的经济效益和社会效益。

3、要具有较强的研究能力。这种能力是运用原有知识、概念系统进行探求未知、揭示事物的性质、特点及其发展规律的能力。研究是实用写作的必要准备,实用写作是研究的必然成果。企业实用写作表现为作者运用知识、概念、范畴、数据、符号、公式、图象等思维工具,对经济信息、对客观事实等进行科学的再加工,直到抽象出企业管理工作的客观规律,形成科学的结论。所以,研究能力与提出问题的能力,分析综合问题的能力,归纳、演绎等逻辑思维能力,驾驭资料的能力等是不分开的。现代实用写作者应该具备上述能力。否则,在错综复杂的问题面前便不能将要反映的事物理出头绪,抓住症结,深入本质,提出解决问题的观点、意见和办法。

4、要具有较强的表达能力。这种能力是指实用写作者运用语言、文字将自己的或集体的观点、意见、办法简洁明快地写成实用文章的能力。实用写作的这种表达能力,实际上是一门综合性的技巧,是实用写作者的知能的重要表现。

5、组织和协调能力。这是在起草大型文件,将不同性格、不同才能的人,围绕着一个文件的起草目标组合、协调起来的能力。现代企业实用写作主体是知识水平与智能水平相当高的群体。在一个高知识、高智力的写作班子里,既要维持必要的写作权威姓,又要有足够的协调能力。这就要求合理分工写作的能力,激发写作班子活力的能力,关键环节拍板决断的能力,等等。

(三) 实用文体写作者应当具备完整的素质结构

素质是智能发展的自然前提，因而也是制约和影响实用文写作的自然基础。广义地说，实用文体写作者的素质指反映企业管理活动所必需的基本条件，因而也包括知识、智能等方面的条件。有意识地培养和锻炼实用文体写作者的良好素质，对于写作能力的提高具有重要意义。

1、要具有敢于负责的气质。对于一个写作班子来说，关键是使不同气质的人相互取长补短，通过适当的授权和分工，使不同气质的人各得其所，各擅其长。而对于企业决策者来说，应该实事求是地发展秘书人员积极的品质，限制消极的品质，使个人的气质达到良好的控制。

2、要具有富于竞争性和开放性的气质，是写好文章的精神支柱。良好的意志品质，是实用文体写作者个人素质的重要组成部分。

除了应具有良好的气质、性格和意志之外，写作者还应该具有风物长宜放眼量的战略风度。

还要不断培养自己具有良好的思维品质。这是当好领导参谋，写好实用文章的重要条件。具体地说，主要包括：

1、创新意识。对新情况、新问题、新经验、新章法高度敏感，具有强烈的思维差异心，对旧的习惯势力和“左”的“右”的东西持批判态度。

2、改革意识。不拘泥于现成模式、公式，对问题的观察、分析、解决总是立足于改革，总是从多方位进行思考和探索。

3、预见意识。善于回头看过去（总结经验），也善于着眼于未来，善于把现实中的事物放在未来的发展链条中加以分析研究，预见事物的发展趋势。

4、逻辑意识。善于遵守逻辑要求，把历史逻辑与现实逻辑

辑、理论逻辑与事实逻辑结合起来,进行科学思考,即实事求是地思考。

5、辩证意识。善于运用对立统一的矛盾法则,在对立的情况、观点相互交锋中形成文章的结论、意见和办法。

要具备上述思维品质,写作者须具备合理的知识结构、良好的智能结构和完整的素质结构。企业实用文体写作者要把这些思维品质作为个人修养的目标。人们常说,文章是写出来的。其实不然,文章首先是“想”出来,然后才是“写”出来的。如同飞机、汽车,贵在性质、样式。这是设计出来的。至于制造是比较好办的。党的十一届六中全会通过的《关于建国以来党的若干历史问题的决议》,这样重大的文献,如果没有党中央的思考与总结,没有全党的思考与总结,任何高明的秀才群体也是写不出来的。从这个意义上说,没有较好的思维品质修养,即便是掌握了实用文体的写作方法,往往也是很难写出好的实用文的。

以上的分述,初步说明了中国企业实用文体研究的对象是它的工具性,研究的任务是它的规律性,研究的方法是它的辩证性,研究的主体是作者的素养。在这个基础上,以下各编,将按本书体系的逻辑顺序介绍经济信息写作、经营决策写作、经营契约写作、经营管理写作、财税管理写作、外向型经济写作、公共关系写作、经济法律写作、人事纪检写作、行政公文写作,从而阐明中国企业实用文体的含义、特点、基本型、要求和写法等,并介绍相应的范文。力求使文体的规范性与写作的规律性相统一,使读者一学就懂,学了会用,使这本书成为企业管理人员的良师益友。