

高级商务秘书实用丛书

GAOJI SHANGWU MISHU
SHIYONG CONGSHU

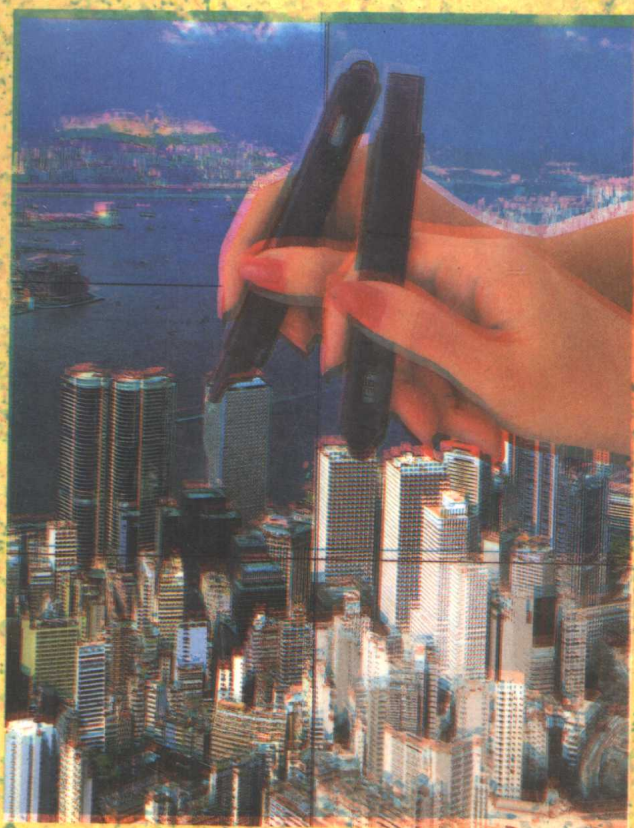
高级商务秘书实用写作

GAOJI SHANGWU MISHU SHIYONG XIEZUO

张大成 编著

中国书籍出版社

ZHONGGUO SHUJI
CHUBANSHE



高级商务秘书实用写作

张大成

中国书籍出版社

• 北京 •

(京)新登字 008 号

图书在版编目(CIP)数据

高级商务秘书实用写作/张大成编著. —北京:中国书籍出版社,1995.1

ISBN 7-5068-0348-8

I. 高… II. 张… III. 商业经营-应用文-写作 IV. H152

中国版本图书馆 CIP 数据核字(94)第 14726 号

责任编辑 周 兰 吴功伟

封面设计 王征发

※

中国书籍出版社出版发行

(北京市西城区西绒线胡同甲 7 号 邮政编码:100031)

三河永和印刷有限公司印刷 全国新华书店经销

※

850 毫米×1168 毫米 32 开本 10.875 印张 275000 字

1994 年 12 月第 1 版 1994 年 12 月第 1 次印刷

1996 年 5 月第 2 次印刷

印数:1—8001--13000 册 定价:12.00 元

序

李德良

商务秘书成为一种职业,是近代中国走向工商社会的新现象。商务秘书以其襄助主管提高效率的特有职能,恰好适应工商社会追逐高效率、快节奏的需求,这是一个令人艳羡的职业。特别对于渴望积极开拓自我、追求卓越与成功的青年人,这是一个职业的阶梯,由此攀援可使自己成为高级专业人士、成为工商企业机构的主管,成为比他(她)的老板更成功的创业者。当然,也许他可能一直留在老板外间的秘书桌旁,那么他一定是个富于人格魅力而值得共事一生的人。

这是现代中国一个正在迅速膨胀的职业群,它的前面是一个膨胀速度更快的人才需求市场。北京高等秘书学院作为国内第一所专业高等院校,率先推出了第一套系统完整的课程和教材。主讲教师张大成副教授所著《高级商务秘书实用写作》就是其中之一部。经给来自全国各地共三期学员讲授、学习、阅读,效果甚佳。特此由中国书籍出版社正式出版。

“商务秘书”,是北京高等秘书学院及本书首次强调提出,这是改革开放的需要,是秘书工作国际化接轨的需要。“高级”,指强调商秘的参与、参谋、决策性;也指以电脑写作为主的办公手段的现代化。该书具有知识性、实用性、操作性;并设有多种训练;模拟“商战”情境教学,“薛蜜淑小姐学秘书”贯穿始终。因之,读者对象广泛,既可作为培养高级专业秘书人才的教材,也可作为广大青年求职创业的自学读本。

ABC87/08

PITMAN 考试学院是一所以秘书考试为特色的专门考试机构，以发放国际考试证书而著称于世，其权威性被国际商界和秘书教育界所公认。PITMAN 证书已成为各国众多秘书等人才求职时的一种保证，持证者在选择国际性职业（如“外企”等）更具竞争力。北京国际专业资格证书考试中心是中国大陆具有权威性的考试中心，它是由国家人事部全国人才流动中心、国家教委中国教育国际交流学会、北京高等秘书学院共同创立的。它的建立将会加速中国秘书行业与国际秘书标准化的接轨，促使中国工商业在国际市场的竞争中增加实力。本书首次对此作专门介绍。

我与大成相识十余年，他为人坦诚、治学严谨，教学生动，笔耕不辍，不断创新，给我留下深刻印象，这部书稿的绝大部分就是他用电脑写作完成的。他担任大学基础写作、高级商务秘书实用写作、电脑写作、文章学研究等专业课和选修课教学，并且科研成果颇丰，著述已逾百万字。此书就是他多年研究成果的结晶，颇有见地，并已被教学实践所证实。愿此书成为有志于当高级商务秘书的同志的良师益友；祝作者桃李满天下，新作日日有。

是为序。

甲戌秋日

（作者系北京高等秘书学院院长、PITMAN 考试学院北京国际专业资格证书考试中心地方考官）

目 录

序.....	(1)
第一章 文如其人.....	(1)
第一节 引言.....	(1)
第二节 克服畏惧心理——建立自信心理.....	(1)
第三节 克服惰性心理——建立勤勉心理.....	(2)
第四节 克服侥幸心理——建立主宰心理.....	(3)
第五节 克服“假孕”心理——建立务实心理.....	(4)
第六节 好文章的标准.....	(5)
第七节 公文总格式.....	(10)
第二章 商秘文体(上).....	(15)
第一节 公文类.....	(15)
决定	(15)
规定	(19)
布告	(25)
公告	(27)
通告	(29)
通知	(32)
通报	(42)
报告	(46)
请示	(53)
批复	(58)
函	(62)
会议纪要	(65)
第二节 常务类.....	(73)

	简报	(73)
	工作计划	(79)
	工作总结	(87)
第三章	商秘文体(下).....	(97)
第一节	事务类.....	(97)
	经济合同	(97)
	涉外经济合同	(110)
	商品市场调查报告	(115)
	商品市场预测报告	(124)
	可行性研究报告	(138)
	商务活动分析报告	(147)
第二节	宣传类.....	(162)
	商务新闻	(162)
	商务通讯	(171)
	商务报告文学	(176)
	商务信息	(184)
	讲话稿	(193)
	广告	(198)
第三节	说明类.....	(211)
	商务简介书	(211)
	商务说明书	(222)
	商务公关书	(231)
	商务起诉状	(239)
	招聘启事	(245)
	商务应聘书	(252)
	应用对联	(260)
	“工具包”	(262)
	秘书日记	(263)
第四节	涉外类.....	(270)
	商秘涉外交往	(270)

	商务外事文书	(280)
第四章	商秘写作现代化及 PITMAN 英国秘书国际标准 考试	(292)
第一节	商秘写作现代化	(292)
第二节	PITMAN 英国秘书国际标准考试	(294)
附件一	国家行政机关公文处理办法	(298)
附件二	国家秘密文件、资料和其他物品标志的规定	(305)
附件三	国家秘密保密期限的规定	(306)
附件四	国家语言文字工作委员会新闻出版署修订 发布的《标点符号用法》(原文)	(308)
附件五	关于出版物上数字用法的试行规定	(318)
附件六	国务院公文主题词表	(321)
附件七	公文格式示意	(327)
附件八	广告用语示例	(332)
	主要参考书目	(337)
	后记	(338)

第一章 文如其人

第一节 引言

古人云：文者，贯道之器，寓理之具。又：工欲善其事，必先利其器。可见，我们必须学好、用好这种“器”、“具”。学习的客观内容是一致的；学习者的主观意识却是不尽相同的，写出的文章也就千差万别，也就产生了不同效果，这就是“文如其人”。人品、文品相联；人格、文风相通。“作文”与“做人”真是密不可分的。比如北京高等秘书学院校训：慎思明辨，言信行果，坦荡至诚，圆融中和，敬业乐群，服务社会。慎思明辨、言信行果，与写作的构思、写作的意志；坦荡至诚、圆融中和，与写作的文风、写作的胸襟；敬业乐群、服务社会，与写作的作用、写作的效果，都是紧密相关的。

每个人都是写作者；人生就是一篇每个人都要写的大文章。作为一名商务秘书，应该用饱蘸激情的如椽大笔，慎思明辨、言信行果，以高尚的道德情操、良好的文字修养，在高级商务秘书写作的学习中，在高级商务秘书丰富多采的工作实践中，交上高级商务秘书写作的合格答卷，写出最新最美的文字，以无愧于我们的学业、我们的时代。

第二节 克服畏惧心理——建立自信心理

畏惧即害怕，就是在心理上自己打败自己。有的人，一提起“写文章”就害怕，老觉得自己不是那块“料”；再听到字数、内容、格式等方

面的要求,就更不知所措。其实这是大可不必的。“写作”,就是“写字”、“作文”而已。“文章千古事,得失寸心知”。无论干什么事情,只要存在畏惧心理,大都是干不好的。一害怕就要胆怯,胆怯就难免不出乱子。威镇四方的一代霸王——拿破仑,就是在“滑铁卢战役”中自己打败了自己的。我们不要畏惧,不要在学习高级商务秘书写作之前就自己打败自己。鲁迅先生有一篇叫《中国人失掉了自信力吗?》的文章,告诉我们克服畏惧心理的灵丹妙药就是建立自信心理。自信就是要有“言信行果”的志气。人贵有志,鸟贵有翼。人要立长志,不要常立志。古人尚知“三军可以夺帅也,匹夫不可夺志也”,我们在改革开放的今天,更应该有强烈的自信心。请鼓起自信的风帆,写作并不神秘,只要努力坚持笔耕,必有可喜收获。

第三节 克服惰性心理——建立勤勉心理

我国古代有一首流传很广的《明日歌》:“明日复明日,明日何其多!我生待明日,万事成蹉跎”。《明日歌》确实道出了一些人的心态,他们什么事情都要“等明天”。能够现在做的事情,总要推到以后去做;能够今天做的事情,总要推到明天去做。有一个儿童动画电影叫《等明天》,那个惰性十足的猴子,就是把什么事情都往明天推。有人说,人之初,性本善;有人说,人之初,性本恶。他们都各有道理。其实,说得极端一点,人是“性本惰”的。它尤其在写作上表现得淋漓尽致。写稿子,规定12月底交,尽管10月份你已经领了任务,但往往要到12月初才开始动手。到了月末那几天,简直是“废寝忘食”。有时实在完成不了,只得去要求“缓期执行”。有的同学写作文更是如此,这星期五布置的作文,让下星期五交,可是往往有许多同学交不上。你问他,他准说“忘记带来了”。其实是根本没有写。

惰性心理的直接表现就是给自己找“借口”。工作忙,没时间……如此等等,不一而足。曾有这样一篇小说就说的是这种心理,题目叫

《借口公司》。大概意思是：一个人搞什么买卖也不赚钱，他就利用人们爱为自己找借口的心理，开了一家借口公司，专门给人找借口。不但后收费，而且收费标准由找借口者自己来定。一天晚上将近8点钟，来了一位推着自行车的姑娘，精神不快，面露难色。她刚要开口，被公司经理止住。经理察颜观色，揣摩心理，吸了一口烟说：“你要赴约会，迟到了是不是？”姑娘点头称是，“好吧，我来替你找个借口。”说完，他朝姑娘自行车的大链套踹了几脚，又让姑娘把手伸进链套，蹭了一手油泥出来。姑娘来到仍等候在公园门口的男朋友身旁，男朋友一看她的手，再看看她的车，便“多云转晴”了。急忙爱怜地说道：“瞧这辆破车，都是它闹的。下月我给你买辆‘十速’！”事后，姑娘付给了借口公司经理五十元钱。因为他给自己的惰性找了一个借口。当然这只不过是一篇小说而已。

要求人一点惰性都没有，那是不现实的。正确的态度是时时和自己的惰性作斗争。战胜惰性一分，就前进了一步，因为“业精于勤”。学习高级商务秘书写作，更要业精于勤。要勤动脑、勤动手；勤观察、勤练写；还要养成记札记的良好习惯。从字、词、句、篇章练起，从公文的行款格式练起，一步一个脚印。“不积跬步，无以至千里”。

第四节 克服侥幸心理——建立主宰心理

侥幸心理就是押宝的心理，就是不能主宰自己的命运，把自己的命运寄托在他人身上，寄托在外界事物上。就拿对待高级商务秘书写作来说，有的同志也许想：可能将来我当秘书，主要管管打字什么的，老板不让我写文章；可能我们的老板自己动手写文章，用不着我去忙乎；就是让我写一些常用的文章，我也可以应付过去……等等。再有，学习高级商务秘书写作，肯定是要考试的。对待考试就更有存侥幸心理了。到时候“押押”题，背几篇作文，也许就能混个及格。这些都是不对的，我们应该努力克服。谈及考试中的侥幸心理，不能不使

人想到这样一件真实的事情：某自学考试考场正在进行自学考试，一位监考的女教师看到一男考生往桌子上扔了一个东西，掉在了地上。教师赶快上前去捡，却被考生止住，考生大吼“不许动”，教师被搞得“丈二和尚，摸不着头脑”。考生小心翼翼地拿起那物，两眼盯视，口中嘟哝：“五点！1、2、3、4；A、B、C、D；1、2、3、4、5，那就是A、B、C、D、A了，对，就选A。”原来，他用一小块方橡皮做成一个打麻将用的“色子”，用掷“色子”的方法在作选择题。

如此侥幸，是绝对不能成功的。

人不能把自己的成功寄托在他人的身上。

要成为自己的主宰，成为学习高级商务秘书写作的主宰。只有这样，把被动变为主动，才有可能把高级商务秘书写作学好。面对高级商务秘书写作的这张答卷，面对人生的这张大答卷，发挥自己的主观能动性，积极进取，认真书写，总有一天，定会“妙笔生花”。

第五节 克服“假孕”心理——建立务实心理

“假孕”心理就是盲目的自信心理。就是自己本来不行，却硬觉得自己挺行。有的同志，因自己在报刊上发表过几个“豆腐块”，就盲目自信，甚至自满，觉得高级商务秘书写作没有什么可学的。也有的人，似乎经常存在一种写作的激情，有时也觉得想的差不多了，可真一动笔，却又什么也写不出了。这种现象，在写作理论上被称之为“假孕”。对待“假孕”，最好的办法就是“冷静”、“务实”。

人无论做什么事情，都要有“自知之明”，都要对自己有一个正确的估价和认识。学习高级商务秘书写作，如果盲目自满，就要注意冷静地想一想：高级商务秘书写作中的每一种文体是否都得心应手了。如果现在某单位有一突发事件，你是否能在很短的时间内，明辨它的社会效果、经济价值，写出一篇合格的、能够发表的“商务新闻”？有一定的文字基本功，为高级商务秘书写作打下了一个很好的基础，但是

这并不等于全部。在高级商务秘书写作的路上还要艰苦跋涉。

充满写作激情,值得肯定,但是,也要给激情找一个知心的伙伴,这就是冷静。冷静地问问自己:有关高级商务写作的材料是否准备丰富了;这篇文章的立意提炼精确没有;结构安排怎样、如何开头、如何过渡、如何结尾;这种高级商务秘书写作文体的特定格式是怎样的……都需要一丝不苟地学好。

亲爱的读者,让我们——

情绪饱满有气势,敢遣春温上笔端。

冷静务实勤练写,商秘写作定过关。

[训练一] 请你参照报刊上登载的有关广告和招聘启事,以宏大公司周总经理的名义拟文诚聘秘书小姐一人;并据此以薛蜜淑小姐名义拟一封应聘信。一律用20×20格绿格稿纸完成。

第六节 好文章的标准

一、文面

指对文章的形式要求。就是我们平常所说的“行款格式”。

它包括:题目;分段;标点;字迹;修改。

(一)题目

题,古指额头;目,指眼睛。这是最夺人光彩的地方。把它用到文章中,就起到了“立片言以居要”的作用。

1. 要居中书写,两字题中间空一格。
2. 视文章长短,题目上下可各空一行或数行,这叫“天宽地阔”。
3. 副标题在正标题之下,比正题缩进两格,第三、四格写一破折号,再写。
4. 副标题转行时,正对着副标题的第一个字。

5. 正副标题同时考虑居中。

6. “新闻”为多行标题。

7. 署名：题目下空一行署名，再空一行写正文；或文章结束空一行靠右书写。

(二)分段

要注意克服“一段到底”或分段过于细碎的毛病。分段的标志是空两格。

(三)标点

标点是有生命力的，它是算文章字数的，它也是给稿费的。

1. 要注意克服“一点到底”或是“一逗到底”的毛病。

2. 要熟记常用的十六个标点符号(用法见本书附件四)。

3. 给下面两句话用不同的方式加上标点，看看结果如何：

(1) 中国队踢败了沙特阿拉伯队获得了小组第一名

(2) 张一非我子财产尽归我女婿是外人不得干涉

(四)字迹

字也要书写“规范”、“正确”、“大方”、“美观”。

1. 写字要练眼功、心功、手功。

2. 不要滥用简化字。

3. 不要自造字。

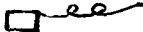
4. 不要龙飞凤舞，写草字。

5. 不懂的字、词，不要盲目用。

(五)修改

文章写得有问题，需要修改，不要涂涂抹抹、勾勾划划。

要用正确的修改符号。

1. 删除号：

2. 改正号：

3. 调位号：

4. 增补号：

主要是这四种。

二、文质：指对文章的内容要求

它包括：材料实；立意高；结构巧；语言好。材料、主题、结构、语言，是文章的四大要素。

（一）材料实

俗话说，巧妇难为无米之炊。没有扎实的材料，要想完成高级商务秘书实用写作是不可能的。

1. 材料的定义

所谓材料，就是指作者为了某一写作目的，从生活中搜集、摄取以及写入文章之中的一系列事实现象和理论根据，统称为材料。

2. 材料的重要性

材料是形成主题的依据，是表现主题的依托。

商务秘书在日常工作实践中要特别注意收集和积累各种商务材料，要养成写作专业日记的习惯。没有大量的商务材料，就不会产生商务文书的主题，就难于完成商务文书的写作。

3. 材料工作四环节

（1）占有材料要多。

获取材料的途径主要有四种：观察、调查、采访、阅读。

（2）鉴别材料要精。

需要鉴别的内容是多方面的，主要有：引文的出处、数字的精确、用语的准确、事实的真切。

（3）选择材料要严。

选择材料的原则有如下四条：

①要围绕商务文书的主题选择材料。

②要选择真实准确的商务文书材料。

③要选择新颖生动的商务文书材料。

④要选择典型的商务文书材料。

（4）使用材料要活。

- ①注意安排商务文书材料的先后顺序。
- ②注意确定使用商务文书材料的详略程度。
- ③注意把握使用商务文书材料的感情色彩。
- ④要注意一些旧的商务文书材料的翻新。

(二)立意高

1. 立意就是指主题。

指商务秘书在说明问题,发表主张或反映生活现象时通过商务文书的全部内容所表达出来的中心意思或基本观点。

立意是商务文书的主旨所在,必须注意对它的把握与提炼。

2. 主题的要求:

- (1)商务文书的主题要具有时代性。
- (2)商务文书的主题要具有正确性。
- (3)商务文书的主题要具有集中性。
- (4)商务文书的主题要具有深刻性。
- (5)商务文书的主题要具有新颖性。

(三)结构巧

1. 结构指文章的组织构造。

2. 它包括:开头、结尾;层次、段落;过渡、照应诸方面。

3. 开头、结尾,商务文书的写作中按文体不同各有不同要求。

4. 层次,也叫结构段、意义段、部分。自然顺序(时间;空间;时空;认识;性质;意识),逻辑顺序(总——分;分——总;总——分——总;分——总——分)。

5. 段落,也叫自然段。它要保持相对单一性和完整性。

6. 过渡,一层意思向另一层意思转换时,需要过渡。有过渡词语、过渡句、过渡段。

7. 照应,有照应题目、首尾照应、前后照应(伏应)三种。

(四)语言好

1. 就是指语言要准确,简洁,鲜明,生动。

2. 就是要用语“一句话出形象”；“缜密严谨，无懈可击”。

3. 准确：指字要用得对，意思要准确。

例如，有一位商务秘书在写一篇商务通讯时出现了这样一句话：“他躺在公园毛茸茸的草坪上独自一人享受天伦之乐。”这句共有两处错误：一是将“毛茸茸”误写成了“毛茸茸”；一是“天伦之乐”本指“阖家欢乐”，岂能“独自享受”？

又如，一位商务秘书给报社的编辑写了一封信，信的末尾要求编辑对她的一篇商务新闻“狗尾续貂”，结果闹出了大笑话。因为“狗尾续貂”意思是用“狗尾”往“貂尾”上续，那编辑的文笔岂不成了“狗尾”的水平吗？

再如，一位商务秘书小姐形容她的母亲非常“慈柔”，这是犯了自造词语的错误。

4. 简洁：能用一字、一词说清，绝不用二字、二词。要克服长定语、欧化句式。但不能苛简。

如，一些商店经常在标价牌上写着诸如“人革手套”；“男牛 98 元、女猪 25 元”等。我们知道“革者，皮也”，“人皮手套”何人敢戴？再者难道“男人皆牛”“女人皆猪”了吗？

又如，有的小食品店写着“五香瓜子 1 元”，“奶油瓜子 2 元”等等，走近一看，原来是卖“瓜子”的，岂不令人啼笑皆非！

再如，有一家饭馆外纸牌上有这样一行字“大并油饼并回收啤酒瓶”，而正确的写法应是“大饼油饼并回收啤酒瓶”。如此苛简，不只是让人捧腹不止，更让人思考“规范书写汉字”的重要性。我们的商务秘书可绝不能犯这样的错误。

5. 鲜明：准确表现出自己的观点倾向，毫不含糊。

6. 生动：表情达义融情、寓理、形象、有趣。

综上所述：我们商务秘书在完成商务文书的写作时，一定要注意遵循古人早给我们制定的为文准则：言之有序，言之有理，言之有物，言之有趣。