



主 编：杨西江

经济 应用文 写作

人 民 出 版 社

经济应用文写作

主 编 杨西江

副主编 赵笃礼 王威宣 侣五虎 张玲

人
民
出
版
社

责任编辑:魏海源

版式设计:程凤琴

责任校对:夏学娟

图书在版编目(CIP)数据

经济应用文写作/杨西江主编.

—北京:人民出版社,1996.8

ISBN 7-01-002481-2

I. 经…

II. 杨…

III. 经济-应用文-写作

IV. H152.3

中国版本图书馆CIP数据核字(96)第14267号

经济应用文写作

JINGJI YINGYONGWEN XIEZUO

主编杨西江 副主编赵笃礼 王威宣 伍五虎 张玲

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街166号)

新华出版社印刷厂印刷 新华书店经销

1996年8月第1版 1996年11月北京第2次印刷

开本:850×1168毫米 1/32 印张24.875

字数:637千字 印数:4,001—9,000册

ISBN 7-01-002481-2/F·574 定价:34.00元

序 言

在形同战争、复杂多变的经济活动中,行为主体为了沟通、明确、维系或调整与方方面面的经济关系,不可避免地要用到各种各样的经济文书。而经济文书的种类、内容及形式又是随着经济体制与经济现象的内容特征的变化而发生相应变化的。

当前,随着改革开放的逐步深化与计划经济向市场经济的转轨,我国的经济形式已不仅限于国有、集体与个体这三个层次,而是逐步向多元型转化。截止目前,我国经济领域已涌现出的经济类型就有八种:国有经济、集体经济、私营经济、个体经济、联营经济、股份经济、外商投资经济与港澳台商投资经济。我们在重视国有经济主导作用的同时,必须面对各种经济类型并存的现实。经济类型的多元性必然导致经济关系的多边性、复杂性。经济关系的这些特点也必然在经济文书系列及其内容与形式上得到反映。时代的变革,经济形势的发展,都在急切期待着顺势应需的经济文书教材的诞生。

再从经济建设与教育改革的关系看,全党全国工作中心向经济建设转移的洪流激荡着教改的浪潮,使高等院校的办学方向、教育体制、课程设置与培养目标都发生了深刻的变革,促使高等学府把培养未来经济建设、管理和科研人才作为自己神圣的历史使命。然而,教材的建设却严重滞后于飞速发展的形势。其中,尤以应用型教材为甚。近年,学界同仁在这方面作出了巨大努力,取得了可喜的成果。然而总览全国各地已出的实用写作教材,数量固然不少,但总觉文种过少,内容较旧且偏浅,涉及到经济写作的内容所占比例过小。至于文种,多则不过十种左右,少则仅有三四种;写到

的文种也多在语言、格式上盘桓，一触及具体内容与写法，多是蜻蜓点水，一带而过；有的则仅有知识的论述，而无例文，即便是有，例文又不很规范或略显陈旧。更令人遗憾的是，全国至今还无一部成熟的经济应用写作教材，实难给学生一个正确、深入的诱导。这必然妨碍教学质量的提高和对学生能力的培养。此种局面恐怕难与日新月异的教改形势相适应。新的需要已把经济应用写作教材的编制这一教材建设的艰巨任务摆在了我们的面前。

为了适应经济生活与教学的需要，我们特地编写了这本《经济应用文写作》。本书共分二十个部分。书中凝聚着我们长期从事经济工作、教学与科研的经验，借鉴了其他著作的长处，较广泛、深入地反映了经济应用写作的规律、理论、方法及实际。本书具有以下特点：

其一，文种齐全，将触角伸展到经济工作的各个领域。全书从企业的决策、计划、统计、核算、分析、生产、管理、经营、审计、检查、文秘、公关、新闻报道、技术改造与开发、调查、年鉴与科研等各个方面，较深入地论述了近二百种经济实用文体的概念、性质、特点、格式及写作方法。无论从事何种经济工作，只须一册在手，即可望应付各种经济实用文体的写作，这也是本书的专业性与实用性之所在。

其二，理论联系实际。本书深入浅出地将写作理论与经济理论、经济现象、经济方法密切地结合起来，抓住了经济现象的本质，体现了经济活动的规律性，具有一定的理论性、学术性。由于找到了写作理论与经济方法的契合点，能针对经济现象，从经济方法出发谈写法，就有效地避免了那种脱离经济活动实际，仅从语言与格式上空谈写作的通病。本书在论述之外，还在正文之后选配了内容新颖且具有较高的规范性的例文的目录，以备查阅。

其三，本书涵括了经济应用写作领域最新的知识信息。我国新颁布的民法、公司法、广告法、会计法等为本书提供了可靠的法律依据；财务分析报告部分遵循新的会计制度与方法撰写……这些

决定了本书内容的新鲜性与稳定性。

其四,内容的学术性。本书几乎每个部分在内容方面都有作者自己的创新,如经济年鉴部分,以前任何著作从未进行过全面、详细的论述,本书首次开掘了这块处女地;在经济活动分析中,创拟了动态分析法;在广告部分首列了多种创意方法。在公文部分纠正了其他书籍的错误,提出了新的见解……诸如此类,不一而足。细心的读者,开卷即可知晓。

总之,本书作者想以此书填补我国迄今尚无一部完全系统、成熟的经济应用写作教材的空白,为高校教材建设权奉绵薄,果能如此,著者夙愿足矣。

本书适用范围较广,既可作为大中专学生的专用或自修教材,也可作为企事业单位有关部门的规范工具书,还可作为广大教师及管理决策机构人员的案头参考书。著者诚望本书能够成为广大有志于为二十一世纪中华经济腾飞贡献聪明才智的有识之士的良师益友。

由于本书文类繁多,涉及面极广,作者又囿于学识与水平,错讹当在难免。恳望宇内方家、学界同仁暨广大读者不吝赐教,是为至盼。

西 江

一九九五年金秋

目 录

序言	(1)
----------	-------

第一部分 经济调查报告

第一,关于经济调查报告	(1)
一 经济调查报告	(1)
二 经济调查报告的特点	(8)
三 经济调查报告的类型	(14)
第二,调查报告的写作准备	(21)
一 调查研究的原则	(21)
二 做好调查前的准备	(22)
三 经济调查的内容	(26)
四 运用科学、合理的调查方法	(31)
五 市场调查的步骤	(45)
六 调查材料的科学加工	(46)
第三,经济调查报告的撰写	(49)
一 标题	(49)
二 引言	(51)
三 主体	(55)
四 结尾	(59)
五 经济调查报告的写作要求	(65)

第二部分 经济活动分析报告

一 关于经济活动分析	(69)
二 经济活动分析报告的写法	(106)

第三部分 财务分析报告与查帐报告

第一,财务分析报告	(120)
一 关于财务分析报告	(120)
二 财务分析报告的写作	(122)
第二,查帐报告	(129)
一 查帐报告的意义和作用	(129)
二 查帐报告的写法	(130)

第四部分 经济预测报告

一 关于经济预测报告	(135)
二 经济预测报告的写作	(142)
三 市场预测报告的写作	(158)

第五部分 经济统计文书

一 关于统计文书	(179)
二 统计文书的写作与编制	(186)

第六部分 经济部门公文

一 关于经济部门公文	(204)
二 公文办理	(220)
三 公文的写作	(229)
四 法定公文的写作	(240)

第七部分 经济工作及事务文书

一 规章制度	(259)
二 简报	(264)
三 公报	(268)
四 会议记录、大事记	(270)

五 计划	(274)
六 总结	(279)
七 声明与启事	(284)
八 提案	(286)
九 讲话稿	(288)
十 项目建议书	(290)
十一 计划任务书	(292)

第八部分 经济新闻

一 关于经济新闻	(294)
二 几种经济新闻的写作	(297)

第九部分 经济类广告

一 关于广告	(315)
二 各类广告简介	(330)
三 广告的写作与编制	(342)
附：(一)海报	(403)
(二)启事	(405)

第十部分 经济类说明书

一 关于说明书	(407)
二 说明书的写作与编制	(416)

第十一部分 鉴定与检验文书

第一, 鉴定文书	(432)
一 试制鉴定大纲	(432)
二 研究试验报告	(435)
三 型式试验报告	(436)
四 试用(试运行)报告	(437)

五 技术鉴定书	(438)
第二, 检验文书	(443)
一 关于检验	(443)
二 检验报告的写作与编制	(447)

第十二部分 经济契据

一 经济契据	(449)
二 各类经济合同的写作	(466)
三 字据和便条	(499)

第十三部分 工商企业登记文书与证明文书

一 关于登记文书	(501)
二 关于证明文书	(504)
三 几种常用登记文书和证明文书的写作	(505)
四 登记文书和证明文书写作的注意事项	(531)

第十四部分 涉外经贸文书

一 涉外经贸业务文书的意义和作用	(533)
二 涉外经贸文书的特点	(534)
三 涉外经贸业务文书的写作	(535)

第十五部分 审计报告

一 关于审计报告	(584)
二 审计报告的写作	(586)

第十六部分 经济法律文书

一 关于经济法律文书	(593)
二 写作的基本要求与种类	(596)
三 经济法律文书的基本内容、格式和写作要求	(601)

第十七部分 经济类科研报告

- 一 关于经济科研报告 (677)
- 二 经济科研报告的类型和写法 (679)
- 三 经济科研报告的写作要求 (687)

第十八部分 经济类学术论文

- 一 关于经济类学术论文 (689)
- 二 关于经济类研究课题 (691)
- 三 课题研究的程序和方法 (693)
- 四 经济类学术论文的撰写 (703)

第十九部分 经济类毕业论文

- 一 关于经济类毕业论文 (707)
- 二 毕业论文的写作准备 (713)
- 三 毕业论文的写作 (731)
- 四 毕业论文的答辩 (749)

第二十部分 经济年鉴

- 一 关于经济年鉴 (754)
- 二 经济年鉴的编制 (760)

主要参考文献及范例目录 (775)

后 记 (781)

第一部分 经济调查报告

第一,关于经济调查报告

一 经济调查报告

(一) 经济调查报告的概念及名称

1. 概念

为了更好地进行生产经营活动,更有效地从事经济管理工作,企事业单位、政府主管部门常常组织人员深入实际,有目的地对某一经济现象或某一经济活动、某一经济状况做深入细致地调查,以摸清情况,掌握第一手材料,并将调查研究的结果写成书面材料,这就是经济调查报告。

经济调查报告是向公众或向上级有关部门所作的既有客观叙述,又有主观评论,既有情况披露,又有分析与看法的书面报告。它通过对基本情况、典型事例的分析,总结出具有方向性和普遍意义的结论,进而推动面上的工作。

市场调查是经济调查中很重要的一个专项调查。市场调查,又称“市场调研”、“营销研究”、“市场研究”。市场调查是运用科学的调查方式与方法,有目的、“有计划”、系统地收集市场对商品的生产、供应、需求等有关的情报资料,并对其进行整理、分析、研究,做

出准确的判断,提出合理的建议。

市场调查的概念,可分为狭义的和广义的。狭义的市场调查,是以商品的购买者为对象,研究顾客对商品的意见、要求,购买的欲望、动机等。广义的市场调查,除上述内容以外,还包括商品的销售环境,商品产、供、销的状况,商品的价格及竞争结构等等。

市场调查报告是在市场调查的基础上,对调查得来的资料进行分析、研究以后写成的文字材料,是一种专用的经济文书。市场调查报告是对过去已经完成或现在正在进行的市场行为的总结,也是对已有或潜在的市场动向的摸底。

2. 名称

调查报告不像公文写作,有单一的固定的名称。它除了以“调查报告”命名以外,还有不少的名称,比如:“调查”、“调查汇报”、“情况调查”、“信访调查”、“调查附记”、“调查与思考”……除此而外,还有些以“情况汇报”、“情况介绍”、“情况反映”……为标题的文章,也属于调查报告一类。

(二) 经济调查报告的性质

经济调查报告是了解与研究经济现象及其规律的手段和工具,它具有以下特点:

1. 具有公文特性

调查报告本身虽不是公务文书,不具备公文所特有的法规或行政效力,但调查报告具有明显的公文特性。人们进行公务活动,常常用得着它。有时,调查报告还作为公务文书的重要附件出现,还有的时候,调查报告干脆成为公务活动的重要内容。正因为调查报告具有公文的特性,所以它又被视为“机关事务文书”、“管理应用文”。

2. 具有新闻特性

调查报告本身不是新闻报导,但它也具有新闻写作的特征。比

如要讲求时效性,要以事实说话,要表明自己的倾向性等等。有的时候调查报告也在报刊上发表,这就更具有了新闻特性。

市场调查报告作为一种独特的经济调查报告,自有其特点。其特点如下:

1. 宏观透视性

在当今世界,无论是国际,还是国内,经济部门、实体间的交往都日益频繁,经济交往的范围都日趋扩大,市场的联系也日渐紧密。在这种崭新的国际、国内贸易格局中,不论是综合调查,还是专项调查,都必须市场总体范围内进行,才可能得出正确的结论。比如,要调查一个地区的玉米市场,就必须考虑到全省、全国,乃至世界玉米市场的状况,这样才能做出正确的判断。从这个意义上说,市场调查报告对于了解市场情况就具有宏观透视性。

2. 总结报告性

市场调查报告对市场情报信息的收集、汇总、分析,可以对社会或企业的经济活动及其效果作出总结、评价,从中归纳出成功的经验以及失败的教训。这就可以让经济管理部门或者企业审视过去的经济行为,以鉴于今。所以说,市场调查报告对已经存在的市场行为、市场活动具有总结报告的性质。

3. 参照指导性

了解过去,把握现在,是为了更好地走向未来。在市场调查报告中,通过对已往的和现实的市场的调查,可以获得经验,汲取教训,这对于确定将来经济活动方向、作出决策、修定计划、调整行为都具有参考和指导的作用。同时,通过对市场调查报告的撰写,又可以从探索出规律,以作为推测将来市场动向的参考和依据。所以说,市场调查报告具有参照指导性。

(三) 经济调查报告的目的和作用

辩证唯物主义认为,客观存在是第一性的,人的思想、认识是

第二性的。人的思想、认识必须反映客观实际，并且在实践中得到检验，这才能证明它的正确。所以，我们要坚持正确的路线，要想把工作做好，就必须重视调查研究。“没有调查就没有发言权”，这是马克思主义的基本的工作方法，也是领导者最基本的工作内容和组织协调经济工作行之有效的手段。

在经济管理和经济活动的实践中，调查报告能充分揭示经济现状，充分探测经济规律，是人们审视经济活动的寒暑表。比如：预算执行中的经验或教训，产、供、销三个环节是否协调，资金周转是否顺畅，商品成本是升高还是降低，企业的经济效益如何，基层单位遵守财经纪律情况怎样，等等。对这种种情况的收集都离不开调查报告。而只有掌握了上述种种情况，我们才能采取相应的、正确的对策，也才能使经济活动符合客观的规律，并充满活力。

当前，我们国家虽说处于社会主义初级阶段，但正在向高度信息化、快节奏、复杂多变的现代社会迈进。放眼未来，我们国家的经济发展会更快，经济活动中的变化也会因此而更频繁。这就更需要我们在经济活动中加强调查研究，从而也就更需要写作大量的经济调查报告。

正因为经济活动中调查报告使用频繁，作为一个从事经济管理的干部，如果不懂得怎样搞调查研究，写不出一手漂亮的调查报告，那他就难以胜任本职工作。从这个意义上讲，学习撰写经济调查报告，又是提高经济管理干部业务素质的一项“基本建设”。

以下仅就市场调查的作用谈一谈。

市场经营成败的关键在于经营决策是否科学、合理，而科学、合理的经营决策又必须以市场调查为依据。对企业而言，加强市场调查，就可以及时了解消费者需求的变化状况，及时掌握市场信息以及生产、流通方面的技术发展趋势，在此基础上组织经营，就可以克服经营中的盲目性，提高科学性，从而使企业立于不败之地。对国家经济管理部门、决策机关而言，加强市场调查，就可以了解国内商品产、供、销的整体情况，从中发现问题及时解决，这就可以

使我国的经济建设健康、迅速地向前发展,可以避免造成经济损失。加强市场调查,还可以随时掌握国际市场竞争的态势,这就可以迅速、合理地调整我国的经济策略,从而增强我们的国际竞争能力,为外向型经济的发展保驾护航。可以毫不夸张地说,市场调查报告是上至国家最高决策部门,下至基层工商企业以及一切从事经济工作的人员获得市场反馈信息的重要工具。其作用具体有以下六点:

1. 可以为经济部门确定市场经营目标、拟定工作计划和制定经营决策提供科学的依据

确定市场经营目标、制定经营决策离不开对市场供求的现状及其趋势的掌握与分析,而这个掌握与分析,就需要进行市场的调查和市场调查报告的撰写。通过对工农业生产、商品库存、财政拨款、进口等商品货源的调查,可以了解商品的供应总量。而对购买力、消费水平、消费构成、进口等种种影响因素,以及影响程度的调查,可以了解市场商品的需求总量与需求构成。了解了这两个方面,就可以掌握市场的供求现状与变化的趋势,这就为经济决策者制定供应总量计划、品种计划,合理而均衡地组织市场供求提供了必要的前提和科学依据。

2. 可以为解决市场供求矛盾,提供科学依据

市场由两方组成,一方为买方,即消费者,一方为卖方,即生产者、销售者。最合理理想的市场,应该是生产者生产的产品、销售者出售的商品,全部合于消费者的需要;而消费者需求的商品,生产者、销售者能完全满足供应,也就是在市场上全都能买到。但在实际上这一种理想的市场是不存在的,生产者、销售者与消费者之间总存在着不协调、存在着矛盾,这也就是人们常说的供求矛盾。这一矛盾的主导一方是卖方,所以要解决这一矛盾,还须从卖方着手。生产厂家和商业企业生产与销售的产品要适合消费者的需求,也就是人们常说的要生产、销售适销对路的产品。这就离不开对市场的调查、分析。随着我国经济的飞速发展,人们的文化水平、教育水平

不断地提高,消费者的需求也在不断地变化、提高,而且呈现出多样化的趋向。这样,市场调查也就越发显示出它的重要。

3. 可以为市场预测提供科学依据

一个生产企业要生存,需要生产适销对路的产品,一个商业企业要在竞争中获得胜利,也需要组织适销对路的商品。那么,什么商品是适销的呢?今天畅销,明天呢?一个月、一年以后呢?这是摆在每一个生产企业和商业企业面前的头等大事。要解决这个问题,就必须作出科学的市场预测。而市场预测又是在市场调查的基础上才能进行,因为市场预测所运用的所有的信息资料,都要来源于市场调查,市场调查就是进行市场预测的依据。

4. 可以为确定产品价格提供科学的依据

商品的价格对消费者、对生产经营者都是一个十分重要而敏感的问题。消费者总是希望买到手的商品价廉、物美;而生产经营者又总是希望他的商品能卖出一个好价钱,也就是说,用尽量小的成本来获取尽量大的经济效益。故而,在激烈的市场竞争中,竞争不仅表现在商品的适销对路上,不仅表现在商品的性能、质量上,还表现在商品的价格上。生产经营者如何为自己的产品进行价格定位?价格定得过高,则竞争能力不足,就有可能被挤出市场;价格定得过低,则直接影响企业的经济效益,使企业发展后劲不足,最终也有可能被“淘汰出局”。要想定出合理的、为买卖双方都能接受的价格,就离不开市场调查。经过充分的市场调查,一则可以了解自己的产品在消费者心中的地位,在市场竞争中所处的地位;二则可以了解同类产品的价格定位。这样“知己知彼”,再来给自己的产品定价,就可以做到科学、合理,从而大大增强竞争能力。

5. 可以为提高企业的管理水平,提高企业的经济效益提供科学的依据

在企业管理中,一个根本的问题就是降低成本和增加经济效益。正确而及时的市场调查,就可以使企业掌握市场的动态及其发展趋势,可以了解同行业的生产经营状况及其管理经验。这就为自