

→ 现代文案技巧与范例丛书

给你一个释义，读懂 123，你就知道写什么
给你一个范式，添上 ABC，你就明白怎么写

公务文书写作

岗位应用的范例 日常写作的宝典

白庆元 倪玉 主编

Gongwu Wenshu Xiezu

哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

14523

172

81/85

公务文书写作

位 应 用 的 范 例

日 常 写 作 的 宝 典

白庆元 倪玉 主编



哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

公务文书写作 / 白庆元, 倪玉主编. - 2 版. - 哈尔滨: 哈尔滨出版社, 2006. 1

(现代文案技巧与范例丛书)

ISBN 7-80699-107-7

I. 公... II. ①白... ②倪... III. 公文-写作

IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 144086 号

责任编辑: 李毅男

封面设计: 于克广

公务文书写作

白庆元 倪玉 主编

哈尔滨出版社出版发行

哈尔滨市动力区文政街 6 号

邮政编码: 150040 电话: 0451-82159787

E-mail: hrbcbbs @ yeah. net

网址: www. hrbcbbs. com

全国新华书店经销

哈尔滨市报达人印务有限公司印刷

开本 880 × 1230 毫米 1/32 印张 11.125 字数 280 千字

2006 年 1 月第 2 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-80699-107-7/H · 12

定价: 16.80 元

版权所有, 侵权必究。举报电话: 0451-82129292
本社常年法律顾问: 黑龙江大公律师事务所徐桂元 徐学滨

《现代文案技巧与范例》丛书编委会

顾 问:于长洪(新华通讯社)
庞廷福(经济日报社)
阳 虹(中国传媒大学)
李晓岚(中央教育科研所)

丛书主编:丁楠 倪玉

编委:	刘连峰	张艾玲	王悦	赵梓博
	吴金锋	魏伟	向阿娜	刘超
	韩彦君	姜长城	周世玉	白雪
	李红岩	秦亚丽	程岗	张世英
	王国心	刘彦林	冯玉玲	王利辉
	刘军	王利明	周宪堂	白明利
	杨广礼	陈晓环	吴建华	王曼青
	李慎国	张杰	闫承星	闫承寰
	于卫东	王军	李季军	韩业莲
	王秋宁	王立中	吴迪	高亚森
	朱荣珍	张之宝	张庆福	李相国
	付朝彬	周洪涛	刘恩海	汪俭
	盛晓光	姚殿鹏	刘俊杰	安中山



前 言

古今中外,因一个字、一标点、一句话、一段文、一篇文章而导致政治的兴盛与衰落、战争的胜利与失败、经济的暴富与潦倒、爱情的拥有与失落的案例不胜枚举。于是,我们有了不同于杞人忧天的忧患意识,有了面对历史与现实的失误而举案范例的修正。凡策划、凡动作、凡实施,在知识经济时代,不能没有不同于文牍主义的文案,规范要不失创新,创新应有技法。我们既授人以鱼,也授人以渔。给人们一个典范的例子或公式,将所要写的具体材料如变数一样,套在这个公式中,便会产生事半功倍的效果。这不仅为读者节约了宝贵的时间、精力,还会使其产生脑体操锻炼后的心理快感。对于一些颇具新意的思维,更有捷径和窍门在等待我们呼唤芝麻开门。

我们使用最新的内容,最准的模式,目的是迎接挑



战,面对现实。

我国加入 WTO 后与国际接轨及参加国际分工,并分享知识经济全球化带来的收益,给各阶层人士、各类型企业、各机关单位带来了机遇与挑战,使之必须懂得这些国际化的游戏规则,而这个游戏规则的载体便是一部操作手册。

知识经济时代需要的不仅仅是资金、技术和管理,决定社会发展和命运的是创新文化。无论是企业品牌,还是社会精神,都是一种文化的产物,而这种产物是以文字化了的文案作为载体进行传播的。我们目前缺的就是具体实施的文案。没有文化的社会是愚昧落后的社会,而愚昧的社会是不能持续发展的。研究文案文化是一种明智的选择,探索文案文化的构建和实施需要智慧,更需要桥梁,这桥梁便是具体的文案写作技巧与范例。

中国加入 WTO,不仅是经济一体化,更是文化的共融共存。不与文化接轨,企业别说发展,就连生存的空间都会越来越小,毋庸置疑,不实施文化构建就难以角逐知识经济的市场。

世界发达国家对管理的认识已进入到了管理是科学,管理是艺术,管理是文化的更高境界。

束之高阁的理论不能指导实践,形而上学的理论只能葬送事业,行之有效的实践才能取得成功,操作实用的文案定能事半功倍。

现在需要一部吸纳文化精华,荟萃实用操作的文案手册,以实践为方针,以实用为准则,适用于机关行政单位及大、中、小型企业文化建设的资料性全书。这不仅是文化人的需要,也是决策人的需要,更是文化研究专家的期盼。

因此《现代文案技巧与范例》丛书应运而生。这套丛书具有以下三个特点:

资料全备的实用性。各种文案的写作技巧、方法和参考范例,诸如节庆活动的朗诵诗、讲演稿、广告用语,企业的年初计划、年终总结,各种类型的规章制度的写作要求、参考文体,企业形象的外在设计、硬件



设施的形象设计的文案范本等都可以在书中找到。

范例研究的经典性。书中拥有大量具有实践意义的文案策划与实施资料,而这些个案与资料大多是被实践证明了的经典范例。这套丛书不是机械地照本宣科,而是取其精华融会贯通;这套丛书不是放之四海而皆准的,却是取之皆准于四海;这套丛书不是事业通用的法则,而是适合借鉴的模板。

编著内容的现代性。书中所编撰的内容尽量与现实紧密结合,范例大多是目前实际生活中正在运用的,尤其是我国加入 WTO,与国际经济接轨后的应用文写作技巧与范例,使本套丛书具有适用性与实用性。

可以说,此套丛书是领导创意决策的参考,管理者创新思维的范例,实施者运作的依据,策划者构建的指南,员工晋级的读本,应聘求职者的宝典。

编 者



目 录

MU LU

第一章 命令(令)类

第一节	行政令	/1
第二节	公布令	/3
第三节	任免令	/5
第四节	奖惩令	/6
第五节	特赦令	/8
第六节	戒严令	/9

第二章 请示 报告类

第一节	请示	/11
1.	一般性请示	/12
2.	解答性请示	/14
3.	呈批性请示	/16
第二节	报告	/17
1.	呈报性报告	/18
2.	呈转性报告	/20



第三章 指示 批复类

第一节 指示	/22
1. 一般指示	/23
2. 紧急指示	/25
第二节 批复	/26
1. 直接批复	/27
2. 转发性批复	/29

第四章 决定 决议类

第一节 决定	/31
1. 公布性决定	/32
2. 部署性决定	/32
3. 处置性决定	/35
第二节 决议	/36
1. 公布性决议	/37
2. 批准性决议	/38
3. 阐述性决议	/41

第五章 通知 通报类

第一节 通知	/54
1. 一般性通知	/55
2. 紧急性通知	/56
3. 批示性通知	/57
4. 指示性通知	/58
第二节 通报	/59
1. 情况通报	/60



2. 表彰通报	/62
3. 批评通报	/63

第六章 议案 意见类

第一节 议案	/65
1. 立法议案	/66
2. 重大事项立案	/67
3. 机构设立议案	/69
4. 任免立案	/70
5. 批准条约议案	/70
第二节 意见	/71
1. 直发性意见	/72
2. 转发性意见	/79

第七章 布告 通告类

第一节 布告	/81
1. 事项性布告	/82
2. 惩罚性布告	/83
第二节 通告	/84
1. 法规性通告	/85
2. 周知性通告	/85

第八章 公报类

1. 会议公报	/88
2. 新闻公报	/91
3. 联合公报	/91



第九章 计划 总结 调查类

第一节 计划 /93

1. 工作计划 /93

2. 工作要点 /96

3. 安排 /103

4. 规划 /105

第二节 总结 /108

1. 综合性总结 /110

2. 专题性总结 /112

3. 工作简报 /113

第三节 调查 /116

1. 调查提纲 /116

2. 调查报告 /119

第十章 制度 条例类

第一节 制度 /125

1. 办公制度 /126

2. 文书制度 /128

第二节 条例 /132

1. 组织条例 /133

2. 单行条例 /137

第十一章 规定 公约类

第一节 规定 /142

1. 暂行规定 /143

2. 长期规定 /145



第二节 规则	/149
第三节 细则	/156
第四节 守则	/163
第五节 办法	/166
第六节 公约	/170
1. 部门公约	/171
2. 行业公约	/172
3. 乡规民约	/173

第十二章 会议材料类

第一节 会前	/174
1. 会议通知	/174
2. 会议须知	/177
第二节 会间	/179
1. 开幕词	/179
2. 会议工作报告	/184
3. 讲话稿	/191
4. 发言稿	/195
5. 闭幕词	/198
6. 会议记录	/202
第三节 会后	/203
1. 会议简报	/203
2. 会议公报	/207
3. 会议纪要	/211

第十三章 书信 电柬类

第一节 书信	/214
--------	------



1. 致友人信	/215
2. 致领导书	/216
3. 致下级信	/218
第二节 工作书	/219
1. 申请书	/219
2. 志愿书	/221
3. 决心书	/224
4. 倡议书	/225
5. 聘请书	/228
6. 邀请书	/229
7. 挑战书、应战书、请战书	/230
8. 建议书	/231
第三节 信函	/233
1. 介绍信	/233
2. 证明信	/234
3. 表扬言	/235
4. 感谢信	/237
5. 祝贺信	/238
6. 慰问信	/239
7. 推荐信	/241
8. 咨询信	/242
9. 公开信	/243
第四节 请柬	/248
第五节 喜报	/249
第六节 捷报	/250
第七节 海报	/251
第八节 电报	/253



1. 普通电报	/253
2. 致敬电报	/254
3. 贺电	/255
4. 唁电	/257
第九节 名片	/258
第十节 明信片	/259

第十四章 条据 启事类

第一节 条据	/261
1. 借条	/261
2. 欠条	/267
3. 收条	/263
4. 领条	/264
5. 便条	/265
6. 请假条	/266
7. 留言条	/267
第二节 启事	/268
1. 寻人启事	/268
2. 寻物启事	/270
3. 招生启事	/271
4. 招领启事	/272
5. 招聘启事	/273
6. 征稿启事	/274
7. 迁移启事	/276
8. 更名启事	/277
9. 开业启事	/278
10. 庆典启事	/279



第三节 声明	/280
1. 遗失声明	/280
2. 更正声明	/281

附 录

一、中国共产党机关公文处理条例	/283
二、国家行政机关公文处理办法	/293
三、国家行政机关公文格式	/302
四、标点符号用法	/315
五、出版物汉字使用管理规定	/324
六、出版物上数字用法的规定	/327

后记	/334
----	------

主要参阅书目	/336
--------	------



第一章 命令(令)类

命令(令)是国家政权中特定机关发布的带有强制权威性的领导与指挥文件。

命令作为一种指挥性下行公文,它主要适用于国家政权中的特定机关根据有关法律规定颁布宪法、法律、法令等法规性文件,宣布施行重大强制性行政措施,也可用于行政机关任免、奖惩有关人员。

党的领导机关不能单独使用这种文件,如果必须发布命令,通常要与国家或政府领导机关联名使用。级别越高的领导机关,发布命令的频率越高。命令还可以简略为令。

第一节 行政令

一、定义

行政令是用于国家领导机关或领导人发布重大的强制性行政措施的一种公文。属于命令的一种,又称为行政法令。

二、释义

行政令不仅适用范围比较广泛,而且使用频率也很高。在国家的政治、经济、文化等多个领域中,凡采取重大强制性行政措施,都用行政令来发布施行。行政令具有强制性、权威性和严肃性等特点,只要发布



必须无条件地坚决执行。

三、写作格式与内容

1. 标题:标题由发文机关、事由、文种类别三部分组成,而且三部分必须俱全,不能省略。如“国务院关于实行棉花计划收购的命令”,不能简略为“关于实行棉花计划收购的命令”或者“命令”。

2. 正文:一般先写发令目的、实施的起始时间和范围。然后列具体内容。最后写明对违令者的处罚。

3. 签署:落款可以是机关也可以是机关领导人,领导人前面要写明职务、日期。

行政令的篇幅通常没有公布令简短,对正文中的具体法令事项要写得既明确简练,又周密清楚。

四、范例

关于在我国统一实行法定计量单位的命令

1959年国务院发布《关于统一计量制度的命令》,确定米制为我国的基本计量制度以来,全国推广米制、改革市制、限制英制和废除旧杂制的工作,取得了显著成绩。为贯彻对外实行开放政策,对内搞活经济的方针,适应我国国民经济、文化教育事业的发展,以及推进科学技术进步和扩大国际经济、文化交流的需要,国务院决定在采用先进的国际单位制的基础上,进一步统一我国的计量单位,经1984年1月20日国务院第二十一一次常务会议讨论,通过了国家计量局《关于在我国统一实行法定计量单位的请示》、《全面推行我国法定计量单位的意见》和《中华人民共和国法定计量单位》。现发布命令如下:

一、我国的计量单位一律采用《中华人民共和国法定计量单位》。

二、我国目前在人民生活中采用的市制计量单位,可以延续使用到1990年,1990年底以前要完成向国家法定计量单位的过渡。农田土地