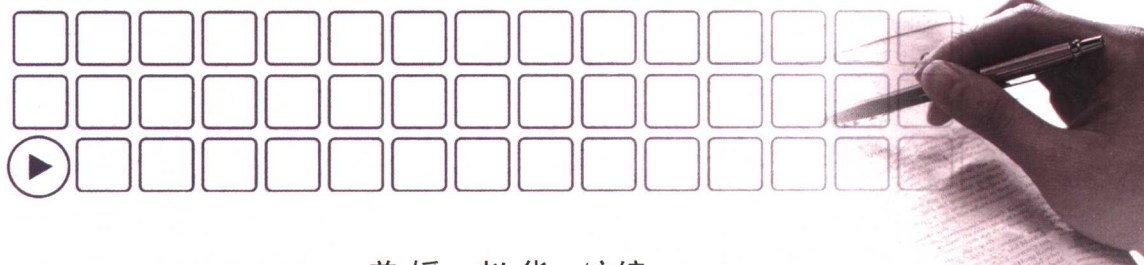


树立领导威信 · 提升领导形象

办公室实务丛书 © 丛书主编 王云奇 王凯

领导干部 常用文书写作： 要领(与)范例



姜媛 赵华 /主编

LINGDAO GANBU
CHANGYONG WENSHU XIEZUO:
YAOLING YU FANLI

 中国纺织出版社

公文写作范本 · 领导文书范本

中国法制出版社 中国法制出版社

领导干部 常用文书写作： 要诀与范例



中国法制出版社

中国法制出版社 中国法制出版社

中国法制出版社

办公室实务丛书
丛书主编/王云奇 王凯

领导干部常用文书写作： 要领与范例

主编 姜媛 赵华



中国纺织出版社

内 容 提 要

文书写作是领导干部的必备技能,也是领导干部理论修养、思维能力、政策水平、知识储备、言辞技巧等多方面综合素质的体现,是上级领导和下级群众评价其能力和水平的重要指标,与其工作职责和领导地位密切相关。本书详细介绍了领导干部工作中最常用文书的写法,并提供了大量最新范例以供借鉴,是各级领导干部和秘书必备的工具书。

图书在版编目(CIP)数据

领导干部常用文书写作:要领与范例/姜媛,赵华主编. —北京:中国纺织出版社,2008.7

(办公室实务丛书/王云奇,王凯)

ISBN 978-7-5064-4958-8

I. 领… II. ①姜…②赵… III. 公文—写作 IV. H152.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第065672号

策划编辑:姜 冰 特约编辑:董友年 责任印制:陈 涛

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

http://www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京云浩印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2008年7月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:37

字数:665千字 定价:59.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

办公室实务丛书

丛书主编

王云奇 王 凯

《领导干部常用文书写作：要领与范例》

编 委 会

主 编

姜 媛 赵 华

副主编

庞明秀 孙 英 蔺会妍

撰稿人员

姜 媛	赵 华	庞明秀	孙 英
张翠娟	洪 晔	蔺会妍	刘 莎
赵 蓓	张 宇	王云奇	陆 明

于无声处听惊雷 于细微处见精神

——“办公室实务丛书”序

办公室，是单位的第一窗口，开展各种活动的空间，从事各项工作的平台。各行各业，都需要办公室。

办公室是领导的左右手，决策者的智囊团，指挥部的参谋，机关的枢纽，执行者的耳目。

办公室工作的灵魂是服务。办文、办事、办会，常常伴随具体、琐碎、繁杂、重复的小事。小事，又往往连着大事，需要事必躬亲。小事，司空见惯，容易被人忽略。

办公室工作的本质是被动服务，只能在被动中求主动。为领导服务的活动，大量的、经常的是在幕后进行的，需要办公室默默无闻，为他人做嫁衣裳，做无名英雄。

办公室工作的任务是综合服务。上下左右，里里外外，只要同本单位有关的人员、事项，都可能需要办公室提供综合服务。运筹帷幄，需要当参谋；考察论证，需要当智囊；运作执行，需要当助手；下情上达，需要当耳目。讲话要起草，信息要汇总，草稿要审核，文件要归档，秘密要保守，会场要布置，通知要及时，关系要协调，后勤要跟上，车辆要保养，卫生要保持，电话要记准，电脑要畅通，证件要有效，值班要精心，来访要接待，交办要办好……事无巨细，日理万机，办公室究竟要办多少“公”，谁能说得清？做办公室工作，多少本事，多大本事，都能用得上。

办公室工作的亮点是奉献。办公室人员呕心沥血起草、修改、制发的文书，是以单位或领导的名义与大众见面的，人们看不到多少办公室的痕迹；办公室人员废寝忘食打造的各种会议的优良环境，是由会议的出席人员、列席人员享用的，办公室人员甚至连列席的位置都坐不上；办公室人员四处奔走精心安排的各种工作、生活的便利条件，是为单位全体职工服务的，办公室人员为此品尝的苦辣酸甜却鲜为人知；办公室人员兢兢业业，勤勤恳恳，为创建文明单位努力工作，单位成功了，走上领奖台接受荣誉的是领导、“老板”，没有办公室的份儿。然而，正是这无私的奉献，为一个机关、一个企业、一个学校奠定了正常运转的基础；把领导者从大量令人心烦的具体事务羁绊中解脱出来，得以集中精力想大事、干大事、管大事、成大事。

办公室工作的要求是过细。“细些细些再细些，慎之慎之再慎之”是我做办公室工作的座右铭。我任文电处长时，把这句话写入处里的工作制度。写错一句话，用错一个词，点错一个标点符号，都可能降低文件的质量，甚至使文件作废；一份文件的传递失误，可能造成领导决策或决策执行的失误；一枚座席牌摆放顺序的错位，可能引起社会舆论的误判，也可能引发当事人的种种不快；会议中，一个住宿房间号的错写，一个电话号码的错记，一个姓名的错登，都会造成参会者的诸多不便，影响会议的质量、效率、气氛。办公室的每项工作都连着大事，正是从这个意义上说，办公室工作无小事。

20世纪80年代以来，办公室工作得到越来越多的领导者的重视。办公室工作的实际工作者和理论研究人员开始用文字解读办公室工作。关于办公室工作的专著、教材、常识读本、工具书大量涌现，这个势头至今仍然很旺。记得，1987年，天津市企业秘书协会、天津市企业秘书学院推出了《怎样做好办公室工作》一书，中共天津市委秘书长方放同志亲自撰写了对办公室工作很有见地的前言。1996年，多年从事办公室工作实践与理论研究的姜炳坤先生主编的《办公室业务大全》一书由中国档案出版社出版。办公室工作的老前辈、中共中央办公厅秘书局的李欣同志为此书作序。作为这两本书的作者之一，我对办公室工作一直情有独钟。

2007年6月，中国纺织出版社希望我和黑龙江大学的王凯教授组织编写一套办公室工作实务方面的丛书。出于对办公室工作的偏爱，我不揣自己的孤陋寡闻，冒昧地接受了这一任务。好在这一领域的很多专家、学者、实际工作者都慷慨地给予我们以鼓励和支持。哈尔滨市人大常委会办公厅的管卫平主任、天津开发区职业技术学院的赵华教授、吉林省人大常委会的李树春处长等亲自出任丛书分册主编。在此我向这些朋友致以深深的敬意。

本套丛书立足于当前办公室工作现状，力求对办公室工作的基本常识、操作要领、技术技能、内容规范、办事程序等做出较为系统、全面、具体的介绍。各分册内容各有侧重，但允许有交叉，每一分册都独立成书。全套书强调实用性、可操作性，尽可能多地用实例说明问题，为读者提供借鉴。我们的愿望是把这套丛书写成办公室工作案头的工具书、培训办公室人员的学习参考书。

立意虽然尚可，但此类书已经出版很多，想形成自己的风格并非易事。能否达到目的，只能由广大读者特别是办公室工作的实践者和研究者来评价、指教了。

王云奇

2008年5月于哈尔滨

目 录

第一章 领导讲话稿的写作	(1)
第一节 领导讲话稿的作用和含义.....	(1)
第二节 领导讲话稿的文体特点	(2)
一、领导专用, 特定性强.....	(2)
二、立意鲜明, 思想性强.....	(3)
三、语言简练, 可读性强.....	(4)
四、个性突出, 表现力强.....	(4)
第三节 领导讲话稿的结构.....	(5)
一、领导讲话稿的标题.....	(5)
二、领导讲话稿的称谓.....	(7)
三、领导讲话稿的正文.....	(7)
第四节 领导讲话稿的种类和写法	(26)
一、部署性领导讲话	(26)
二、总结性领导讲话	(37)
三、交流性领导讲话	(43)
四、纪念性领导讲话	(54)
五、表彰性领导讲话	(60)
六、礼仪性领导讲话	(71)
七、演讲性领导讲话	(90)
八、讲座性领导讲话	(107)
第五节 领导讲话与工作报告的区别	(122)
第二章 汇报的写作	(133)
第一节 汇报的作用和含义.....	(133)
第二节 汇报的文体特点	(134)
一、针对性.....	(134)
二、真实性.....	(135)

三、新颖性·····	(135)
四、条理性·····	(135)
五、朴实性·····	(135)
六、灵活性·····	(136)
七、时效性·····	(136)
第三节 汇报的结构·····	(136)
一、汇报的标题·····	(136)
二、汇报的成文时间和署名·····	(137)
三、汇报的摘要·····	(137)
四、汇报的称谓·····	(137)
五、汇报的正文·····	(137)
六、汇报的落款·····	(146)
第四节 汇报的种类和写法·····	(146)
一、综合汇报·····	(146)
二、专项汇报·····	(152)
三、基层单位汇报·····	(159)
四、人大会议汇报·····	(178)
第五节 汇报与报告的联系及区别·····	(188)
第三章 调查报告的写作·····	(195)
第一节 调查报告的作用和含义·····	(195)
第二节 调查报告的文体特点·····	(197)
一、内容具有真实性·····	(197)
二、对象具有典型性·····	(198)
三、主题具有深刻性·····	(198)
四、形式具有灵活性·····	(198)
五、结构具有复杂性·····	(198)
第三节 调查报告的结构·····	(199)
一、调查报告的标题·····	(199)
二、调查报告的成文时间及作者·····	(200)
三、调查报告的正文·····	(201)
第四节 调查报告的种类和写法·····	(209)

一、总结经验的调查报告	(209)
二、揭示问题的调查报告	(217)
三、反映情况的调查报告	(229)
四、民意调查报告	(234)
五、考察报告	(244)
六、市场调查报告	(254)
七、经济活动分析报告	(267)
八、可行性研究报告	(275)
九、工作研究	(282)
第五节 调查报告与相关文体的区别	(291)
一、调查报告与工作报告的区别	(291)
二、调查报告与述职报告的区别	(292)
第四章 总结的写作	(303)
第一节 总结的作用和含义	(303)
第二节 总结的文体特点	(303)
一、自我性	(304)
二、回顾性	(304)
三、客观性	(304)
四、经验性	(305)
第三节 总结的结构	(306)
一、总结的标题	(306)
二、总结的落款	(308)
三、总结的正文	(308)
第四节 总结的种类和写法	(318)
一、全面工作总结	(318)
二、专题工作总结	(342)
三、年度总结	(364)
四、个人工作总结	(376)
第五节 总结与述职报告的区别	(389)
附：述职报告的写作	(390)

第五章 经验介绍的写作	(403)
第一节 经验介绍的作用和含义	(403)
第二节 经验介绍的文体特点	(404)
一、具有客观性	(404)
二、具有针对性	(404)
三、具有创新性	(404)
四、具有经验性	(404)
五、具有典型性	(405)
第三节 经验介绍的结构	(405)
一、经验介绍的标题	(405)
二、经验介绍的签署	(405)
三、经验介绍的正文	(406)
第四节 经验介绍的种类及写法	(407)
一、工作经验介绍	(407)
二、学习经验介绍	(416)
三、典型经验介绍	(426)
四、先进事迹介绍	(433)
第五节 经验介绍与相关文体的区别	(442)
一、经验介绍与工作总结的区别	(442)
二、经验介绍与总结经验的调查报告的区别	(442)
第六章 考核材料的写作	(451)
第一节 考核材料的作用和含义	(451)
第二节 考核材料的文体特点	(452)
一、评述内容的综合性	(452)
二、评述重点的针对性	(452)
三、评述材料的客观性	(452)
四、评述语言的准确性	(452)
第三节 考核材料的结构	(453)
一、考核材料的标题	(453)
二、考核材料的正文	(453)
三、考核材料的落款	(455)

第四节 考核材料的种类和写法	(455)
一、自我鉴定	(455)
二、组织鉴定	(460)
三、个人党性剖析材料	(464)
四、业务自传	(472)
五、自评报告	(477)
六、领导班子考核材料	(490)
七、对下级的考核材料	(493)
第五节 考核材料与相关文体的区别	(497)
一、考核材料与工作总结的区别	(497)
二、考核材料与经验介绍的区别	(498)
 第七章 网络文书的写作	(499)
第一节 网络文书的作用和含义	(499)
第二节 网络文书的文体特点	(500)
一、内容的综合性	(500)
二、形式的多样性	(501)
三、结构的自由性	(501)
四、语言的灵活性	(501)
第三节 网络文书的种类和写法	(501)
一、电子邮件	(502)
二、博客文章	(508)
三、论坛帖子	(519)
第四节 网络文书与行政公文的区别	(525)
 第八章 社会活动文书的写作	(527)
第一节 社会活动文书的作用和含义	(527)
第二节 社会活动文书的文体特点	(528)
一、针对性	(528)
二、直陈性	(528)
三、鲜明性	(528)
四、简短性	(529)

第三节 社会活动文书的种类和写法.....	(529)
一、礼仪类社会活动文书.....	(529)
二、序跋类社会活动文书.....	(549)
三、传播类社会活动文书.....	(558)
第四节 社会活动文书与行政公文的区别.....	(577)
主要参考文献.....	(578)

第一章 领导讲话稿的写作

在建设有中国特色社会主义事业中，领导讲话稿的使用频率很高，使用的范围很广，发挥的作用很大。很多领导同志都有这样的体会，在各种场合、会议中讲话已成为工作中不可缺少的一项基本内容，一项经常使用的工作手段和形式，一项能够实现组织目标和执政意图的重要工作途径，因此，作为领导者，都很重视讲话稿的写作。

第一节 领导讲话稿的作用和含义

一个国家、一个领域、一个单位或一个部门经常因为工作需要举办各种会议、活动或仪式，而这些会议、活动、仪式的组织者、领导者经常要用讲话这种形式或部署工作、或宣传教育、或总结经验、或组织动员、或传达信息、或沟通情况，将党和国家的路线、方针、政策，将人民群众的意见、希望和要求广为传播开来，使领导者制定的管理目标得以落实，使人民群众在工作、学习和生活中获得更大的成功和进步。

因此，每每阅读一篇优秀的领导讲话稿，我们都会从中感受到党和国家的声音，感受到时代的号角、历史的脉搏和人民的心声。因为，领导讲话稿有着极大的组织教育、宣传鼓动群众的作用。人们从优秀的领导讲话稿中明确了政治的航标，在精神上得到了激励与鼓舞，在思想与行为上得到了指示与引导，从而信心十足地融入建设有中国特色社会主义事业的大潮中。古往今来，历数卓越领导者的讲话，都不难看到其中蕴涵的不同凡响的力量。我们可以从毛泽东纵横捭阖、气势磅礴的讲话中，走进他浩瀚丰富的知识宝库，将他与中国革命的历史命运紧密联系起来，去把握去践行马克思主义理论与中国革命具体实践相结合的真理；我们可以从尼克松轻松诙谐、生动风趣的讲话中去展望中美两国的外交冰河正在解冻，中美两国人民的友谊桥梁即日连通的美好的外交前景；我们可以从邓小平绵里藏针、简洁明快的讲话中，鼓满风帆，开启改革开放的航船，乘风破浪，进一步加快建设有中国特色社会主义的步伐；我们也可以从朱镕基机智幽默、谈笑风生的讲话中学会智慧的思考，正直而严肃地去体验丰富而有价值的人生；我们还可以从温家宝温文尔雅、

坦诚真挚的讲话中感受到中国正在大踏步走向世界，中国正在与全世界人民一起携手并肩共创和谐未来的新世纪的曙光。我们或许还可从众多的优秀的领导讲话中去体味他们知识的广博，去追求睿智的人生，去呼唤奋斗的激情，从而深刻感受领导讲话稿中折射而出的巨大的感召和鼓动力量。

不仅如此，领导讲话稿的写作对于完善领导者自身形象，体现其工作成效也发挥着重要的作用。每当领导者出现在公众场合，每当他们宣传、部署、总结各项工作，传达有关上级的意图和想法及获取下级的经验和信息时，都要用讲话与受众沟通，都要用讲话表达意旨、观点和态度，而受众则从领导者的讲话中掌握和理解上级的指示与精神、国家的方针与政策，从领导者讲话中认识与接受各种重要的有价值的信息。领导“讲”得准确，可以使领导意图迅捷地传达到受众之中，从而尽快地转化为群众的自觉行为；领导“讲”得巧妙，可以使领导者以不变应万变，置身于各种艰难场合而应付自如，表现出众的领导艺术与才干；领导“讲”得得体，可以使领导者得心应手于受众面前而坦然自若，从而树立完美的自身形象。因此，作为社会活动中的组织者和指挥者，既要练就管理的才能，也要具备讲话的才能；既要身体力行“做”出来，也要挥洒自如“讲”出来，才会赢得人民群众的尊重，才会在领导岗位上发挥更大的作用。

领导讲话稿的含义应概括为：

领导讲话稿即指领导者以领导身份在各种场合讲话时使用的一种应用文稿。它包括广义的领导讲话稿和狭义的领导讲话稿两个概念。

广义的领导讲话稿泛指领导者在各种公众场合发表口头讲话时使用的讲话稿。它包括领导者在各种会议、活动或仪式上的讲话、发言、致辞等。狭义的领导讲话稿一般专指领导者在工作会议上发表的、具有一定指示性或指导性的讲话稿。

我们主要从广义的角度对领导讲话稿作以简要的介绍和说明。

第二节 领导讲话稿的文体特点

一、领导专用，特定性强

领导讲话稿是领导者以特定身份在不同场合讲话时用的文稿，它具有高屋建瓴的专属性质。领导者每逢会议、活动或重要仪式需要讲话时，他所代表的身份及要表达的内容不同“一般”。首先，领导讲话稿的使用者是领导干部或受领导干部委托之人，他的讲话是代表组织的领导行为，是代表一级领导机关或部门宣讲党和国家的方针政策、贯彻落实上级的指示精神的，有着极强的影响效应；其次，领导讲

话稿的主要内容是领导机关及部门集体意志的体现，是领导集体经过讨论研究形成的一致性意见，无论是传达上级精神、部署工作，还是提出要求、明确希望，都具有直接的政策性、指导性和指挥性，都具有一定的强制力和约束力。

领导讲话稿的法定作者是领导者本人，不论是领导自己起草，还是秘书代为起草，都反映着领导机关的意志，都反映了上级对下级、领导对基层的指示与指导的作用，都表现出与“众”不同，因而有着明显的特定性。领导讲话稿的特定性表现在它具有特定的代表性、特定的场合以及特定的受众对象。无论面对面地直接地讲，或利用广播、电视、电话等媒介间接地讲，都会充分发挥其应有的实际作用。

二、立意鲜明，思想性强

立意鲜明，思想性强，这是领导讲话稿的又一突出特点。立意鲜明，思想性强，即指领导讲话稿所表达的观点突出、态度明朗，有感召力，使受众很快就可以从领导的讲话中领会其要传达的精神实质是什么，要宣讲的政策核心在哪里，针对的是什么问题，表明的是什么态度；从而明确赞成什么，反对什么，坚持什么，摒弃什么，很好地把“讲话精神”转化为实际行为，将各项工作开展得更好。

讲话的意旨明确，思想性强，反映在讲话稿内容上则是准确、新颖、深刻、实用。

领导讲话的内容准确，是讲话稿写作的生命，也是领导讲话稿的基本特征。领导讲话稿内容准确，既包括理论上的总结，也包括事实上的叙述；既包括对客观事物的本质、主流的深刻分析，也包括结合客观实际的深入浅出的讲解；既有对上级指示精神的准确表述，也有对实际工作中成绩、不足的真实反映及经验、教训的认真总结。其中，符合党和国家的大政方针，符合国情民意是领导讲话稿准确的重要表现。

领导讲话稿内容的新颖，即指在讲话中时时提出新思想、新观点、新要求，力求摒弃一般领导讲话中容易出现的形式化、公式化的结构和语言，并在讲话中时时出现波澜起伏，出现闪光、精彩的亮点，以保证视听、阅读的最佳效果。

领导讲话稿思想性强还要体现其内容的深刻，即要在讲话中讲出深度，讲出高度，讲出应有的力度来，使之具有感染力与说服力。如果只是就事论事或简单重复，如果只是在事物的细枝末节上加以强调而忽略了其根源与本质问题的阐述，就很容易落入肤浅、生硬的讲话禁区。领导讲话既要有前瞻意识，又要有理论色彩，同时也要注重理论与实际的紧密结合，使讲话深入人心，深刻而有说服力。

领导者的讲话主要在于传达上级指示精神、部署重要工作和应对处理各种交

流、沟通等内外不同事物的工作，其讲话目的是为了解决问题、指导工作，是为了将党和国家的方针政策转化为受众的实际行为，所以，讲有用的话，讲管用的话，讲话才有其存在的价值；讲实话、道实理，既有用，也管用，才会在受众中产生事半功倍的反响和效应。

三、语言简练，可读性强

领导讲话稿的语言首先要简明扼要。即用最简洁的语言表达最丰富的内容，用较少的表述表现最丰富的内涵。话不在多，而在精要；语不在繁，而在精巧。讲话简明扼要是一种能力和艺术。列宁素来提倡讲短话，讲有用的话；主张讲话要挤掉水分，“愈简短愈好”。毛泽东堪称短文大家，他的《人的正确思想是从哪里来的？》的讲话，用了不到1100字，就把认识论的问题讲得清楚明白，深刻透彻。当今领导者讲话简明扼要更成为时尚，申办奥运那么浩繁复杂的工作，我们的申办领导者的陈述词仅用半个小时；上海《财富》全球论坛年会，发言时间也仅规定为90秒钟。因此，领导讲话稿的写作要充分体现其短而实，短而精，短而有用的特色。

其次，领导讲话稿的语言要通俗风趣。通俗风趣，即指领导讲话稿的写作应多用群众的口语，多用通俗而趣味性强的语言，采用恰当的修辞和“活用词语”，力求使讲话深入浅出，生动感人，鲜活而充满魅力。如毛泽东的许多讲话稿中经常巧用比喻，使很多庄重严肃的讲话立刻变得形象生动起来。诸如他用“变革梨子”、“亲口吃一吃”，来说明“实践出真知”的道理和作用；用“箭”和“靶”的关系，来表明马克思列宁主义与中国革命的关系；用“今天刮北风，他是北风派，明天刮西风，他是西风派”，来讽刺那些对任何事物都不加分析，没有原则立场的人，来告诫人们要坚定革命立场，将革命进行到底。鲜活而准确的比喻极大地调动了聆听讲话的与会者的情绪，鼓舞与激发了人们的斗志。

四、个性突出，表现力强

领导讲话稿的写作，不仅要符合上级的精神，符合本地的实际，还要符合领导者的意图，体现领导者的职务特点、性格特点、文化修养特点、语言表达特点以及年龄特点等，具有自己独特的风格和个性。

每一位领导讲话都有自己的个人风格、个人特色，因其个性不同，修养不同，生活经历不同，讲话风格则不同。毛泽东讲话生动活泼，磅礴大气；邓小平讲话朴实平白，言简意赅；陈毅讲话坦率真诚，爱憎分明；朱镕基讲话机敏尖锐，势不可