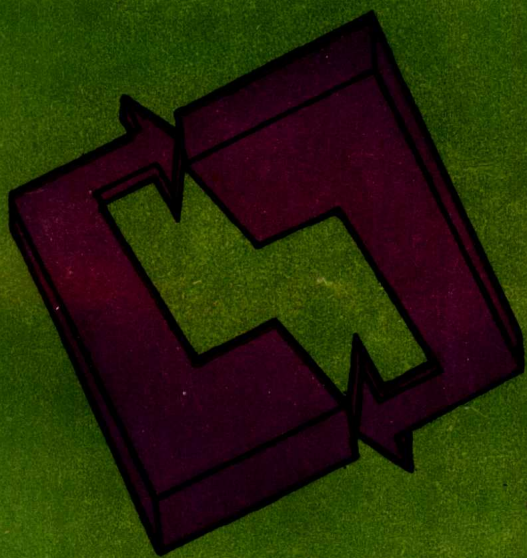


市场经济 文书写作

主编 李培芬 王丽波



警官教育出版社

市场经济文书写作

主 编 李培芬 王丽波

副主编 申 燕 马京生

警官教育出版社

(京)新登字 167 号

书 名:市场经济文书写作

主 编:李培芬 王丽波

责任编辑:沈 燕

封面设计:阿 苦

技术设计:田 坪

出版发行:警官教育出版社

(北京西城木樨地北里2号 100038)

印 刷:河北昌黎县印刷厂印刷

经 销:新华书店总店北京发行所

版 次:1995年9月第1版

印 次:1995年9月第1次印刷

印 张:12.25印张

开 本:850×1168毫米

字 数:300千字

印 数:1—5000册

书 号:ISBN 7-81027-277-2/H·2

定 价:16.00元

目 录

第一章	写作基础知识	(1)
第一节	写作材料的收集.....	(1)
第二节	写作主题的表现.....	(8)
第三节	写作结构的安排	(16)
第四节	写作语言的使用	(25)
第二章	市场经济文书概述	(42)
第一节	市场经济文书的概念及特点	(42)
第二节	市场经济文书的分类和作用	(49)
第三节	市场经济文书的语言	(53)
第四节	怎样学好市场经济文书写作	(66)
第三章	公文的写作	(70)
第一节	行政文书的写作	(70)
第二节	事务文书的写作.....	(101)
第三节	公文的格式.....	(119)
第四章	市场调查与预测文书的写作	(123)
第一节	市场调查概述.....	(123)
第二节	问卷设计和市场调查报告的写作.....	(127)

第三节	市场预测概述·····	(134)
第四节	市场预测报告写作·····	(138)
第五节	产销分析报告写作·····	(142)
第五章	经济活动分析报告写作·····	(145)
第一节	经济活动分析报告概述·····	(145)
第二节	经济活动分析的程序和方法·····	(149)
第三节	经济活动分析报告的一般结构与写法·····	(153)
第六章	商品广告写作·····	(163)
第一节	广告概述·····	(163)
第二节	广告写作·····	(167)
第三节	商标、产品说明书·····	(176)
第七章	经济合同写作·····	(185)
第一节	经济合同概述·····	(185)
第二节	经济合同文本格式·····	(190)
第三节	技术合同·····	(199)
第四节	技术开发合同·····	(206)
第五节	技术转让合同·····	(208)
第六节	技术咨询合同·····	(211)
第七节	技术服务合同·····	(213)
第八章	涉外经济合同写作·····	(235)
第一节	涉外经济合同概述·····	(235)
第二节	中外货物买卖合同·····	(239)
第三节	中外合资经营企业合作·····	(243)
第四节	中外合作经营企业合作·····	(246)

第五节	中外技术转让合同·····	(248)
第六节	中外劳动技术服务合同·····	(253)
第九章	经济司法文书·····	(288)
第一节	经济诉讼文书·····	(288)
第二节	公证书·····	(312)
第三节	遗嘱·····	(321)
第十章	审计文书·····	(330)
第一节	审计文书概述·····	(330)
第二节	审计文书的写作·····	(331)
第十一章	市场经济中常用的其它文书·····	(343)
第一节	信函·····	(343)
第二节	启事和声明·····	(361)
第三节	记帐凭证摘要·····	(368)
第四节	告顾客 告用户 告读者·····	(377)
第五节	条据·····	(380)
后 记	·····	(382)

第一章 写作基础知识

第一节 写作材料的收集

一、材料的含义及作用

材料是构成市场经济文书的基本要素之一。没有材料就写不出市场经济文书，它是写作的基础和前提。因此，写作市场经济文书的作者必须要事先准备好材料。那么，什么是材料呢？为着某一写作目的，作者从生活中搜集、摄取并写入文书中的一系列的事实或论据，统称之为“材料”。

材料对于市场经济文书写作有着重要意义，其主要表现有两点：

第一、材料是文书主旨形成的基础。市场经济文书的主旨，并不是作者凭空想象出来的，而是在对大量的材料进行分析研究的基础上形成的。象市场预测调查报告、经济活动分析报告、经济决策方案报告、商品包装、产品说明书等只有对丰富的事实材料做深入细致的分析研究，才能对调查的事物，分析的经济活动情况作出正确的评价，形成一定的主张、看法，进而确定调查报告或分析报告的主旨，否则，便会影响主旨的确立，甚至导致写作的失败。

第二、材料是文书主旨表现的支柱。在写作市场经济文书之前，文书的主旨要靠材料概括形成；动笔之际，主旨又须靠材料来表现，使之成立。一份文书材料是否充实，是否能说明观点，表现主题，绝非无足轻重，它直接关系到一份文书是否具有科学性

和说服力，是否能实现写作目的的大问题。只有凭借于材料，文书的主旨才能得到充分的表现。例如《大企业为什么活不起来》是一篇经济活动分析报告，该文用大量的材料对本溪钢铁公司企业不活的症结问题进行了透彻的分析解剖，占了全文60%以上的篇幅，材料被置于十分突出醒目的地位。可见材料是文书内容的重要组成部分，它是主旨的物质基础，没有它，文书的主旨只能是一句空话。

二、收集材料的范围

写作市场经济文书，需要占有大量而丰富的材料，但这些材料绝不会自行跑到作者的笔下，大量而丰富的材料必须靠作者辛勤地收集和积累。

具体说来，收集材料应从如下几个方面着手进行：

（一）既要收集现实的材料，又要收集历史的材料

现实材料，能正确地反映新情况、新经验和新问题，我们首先必须重视它。但任何事物都有它的今天和过去，都有它产生和发展的历史，要深刻地认识它，又须把现实材料和历史材料结合起来。如果我们要撰写一份某厂生产情况的报告，就必须既要了解现实的反映该厂经济、生产各个方面的计划指标以及对计划指标实际执行情况的统计，了解该厂各车间完成各项生产任务的具体情况，还要了解一些不能从现实报表中反映出来的资料，如某些原始记录、数据、帐册和有关的生产技术参数资料，上年同期资料，历史最高生产水平的资料等。只有了解了事物运动变化的全过程，并进行比较分析，才可以找出问题的症结所在，也才有可能对某一事物得出全面、清楚的认识。

（二）既要掌握直接有关的材料，又要掌握间接有关的材料

撰写市场经济文书，投身于市场经济的大潮中去发现和收集第一手的直接材料，是十分重要的。因为第一手的直接材料最具体、最生动，也最有说服力。但是，市场经济情况又是瞬息万变，

复杂纷纭的，而作者个人的经历和亲身体验又十分有限，为了能比较客观、完整地反映它的真实情况，还必须收集间接有关材料，包括听取有关单位情况介绍、查阅总结、报表、计划、凭据、帐册及其他书面材料，必要时还要收集同类型先进单位的资料，甚至要收集国内外先进水平的资料等。

（三）既要收集具体的材料，又要收集概括的材料

具体的材料便于表现市场经济情况的深度，加深人们对问题的认识；概括的材料则有助于反映市场经济情况的广度，有助于说明事物的全貌，使人从宏观上得到某一经济情况的总印象。把二者结合起来，对市场经济情况的分析和反映，就能既有深度，又有广度。文书的表达就能收到突出重点、反映全貌的好处，问题就能说得更清楚、更深刻、更全面。

（四）既要收集正面的材料，也要收集反面的材料

“没有比较就没有鉴别。”在市场经济文书的写作中，运用正面材料和反面材料的对比去说明问题，表现文书作者的观点和主张，是一种常用的方法。例如《人民日报》1982年6月19日刊登的《从社会需要出发——天津牙膏厂提高经济效益的调查》一文，作者为了说明该厂生产指导思想的根本转变，突出“服务以勤取胜”的观点，文中就采用了正反对比的写法，通过这个厂过去只管生产不问流通和现在以社会的需要、顾客的需要为主的不同做法的对比，就使是非分明，主题突出，便于读者进行比较、鉴别，看看究竟哪种做法对。因此，在撰写市场经济文书时，用反面材料或历史材料去衬托正面材料和现实材料，可以有力地突出文书的主题，增强文书的说服力。

三、收集材料的途径

收集材料的途径有很多，限于篇幅，下面择要介绍几种：

（一）观察集材

观察，是人们认识客观事物、社会生活的一种方法和能力。据

视觉生理学研究表明,一个正常人从外界所直接接受的信息,80%以上是从观察这一通道输入的。人的丰富知识的绝大部分只有通过观察才能获得。恩格斯为了写作《英国工人阶级状况》一书,不仅收集了大量的书面资料,而且用了二十一个月的时间,亲自深入到英国工作住宅区,“从亲身的观察和亲身的交往中直接研究了英国的无产阶级”^①,从而取得了直接“观察”的第一手材料,取得了亲身交往的宝贵“体验”,极大地增强了该书的权威性和说服力。

观察的目的是获取信息,积累感性材料,储备大量知识,为写作创造条件。观察的方法主要有:

①整分观察法。即由整体到局部或由局部到整体对客观事物进行观察,以掌握某一经济现象的全貌和它的内在联系。

②横向观察法。即把多种相近或相反(矛盾)的经济情况或经济现象进行比较观察,以判明某一经济情况或现象的特征,从而引出正确的结论。

③纵向观察法。即变换时间、地点对同一经济情况或经济现象进行跟踪观察,以了解它的发生、发展和变化的情况。

④全方位观察法。即对某一市场经济现象或情况从不同角度、不同层次上去观察,以认识它的整体性和复杂性。

(二) 调查集材

实地调查,是市场经济文书作者在写作中搜集材料的重要途径。通过实地调查(即到某一单位、部门了解生产经营情况),能深入了解、细致地掌握所需要的情况,能获得最真实最丰富的第一手材料。可以说,调查是进行市场经济文书写作的一项基本功。因为市场经济文书是为了反映现实的经济情况或解决现实的经济

^①恩格斯:《英国工人阶级状况——根据亲身观察和可靠材料的序言》,《马克思恩格斯全集》第2卷第278页。

问题的，这就要求我们作者必须时刻注意了解瞬息万变的现实的经济信息和经济现象，而这又只有通过调查，才能获取市场经济文书写作中所需要的真实的、生动的‘活’材料。

调查的方法多种多样，常用的方法有：

①正面调查和侧面调查相结合。调查采访，既要从正面直接接触调查对象，也要从侧面间接了解调查对象。从侧面调查时，接触面要宽，既要找持赞同意见者，也要找持反对意见者。调查的面越宽，了解到的情况越多，越能对调查对象作出正确的评判。

②开调查会和个别访问相结合。开调查会是调查的基本方式之一。但必须注意两点：一是参加人员不宜过多；二是主持人要善于引导，启发与会者各抒己见。有些在调查会上不易得到的情况，可以通过个别访问，进行深入了解。个别访问时要以诚相待，取得对方的信任，以便消除顾虑，说出真情。

③调查情况和分析研究相结合。调查研究是一项复杂的系统工程，对调查获取的材料要认真进行分析研究，这样才能及时发现问题，及时调整采访的方法，不断扩大线索来源，把调查采访工作步步深入下去。

④收集主要事实和积累细节材料相结合。调查采访在掌握主要事实（问题、情况）的同时，还要注意积累有关数字、人物言谈、环境场面及群众对某种经济现象的反映、评价等方面的细节材料，这些也是写作市场经济文书所需要的。

（三）阅读集材

通过“观察”、“调查”所收集的写作材料是极其宝贵的。然而，处在信息时代的今天，人们不可能事必躬亲，我们所获取的信息，绝大部分是靠阅读得来的。因此，从书籍、报刊、简报、文件中收集写作材料，就成了收集材料的又一重要途径。

阅读集材，一是靠日常阅读积累；二是根据写作任务有目的去查阅收集。

在日常的阅读中收集积累写作材料,要注意读书面不宜太窄,社会科学书籍要读,自然科学方面的书也要适当看一些。读书面越宽,视野越开阔,知识和材料就越丰富,写作起来就会愈加顺手,文书的内容就会愈加充实。为了达到这一目的,阅读书报时要养成剪存抄记资料的习惯。在读书报时想着写作,随手把有用的资料剪存或抄录下来,然后分类加以整理,当你写文章时,需要哪方面的材料,查找起来就比较方便。

有目的地查阅资料,是收集材料的重要方式。写作市场经济文书常常需要查阅资料,如政策条文、统计数字、法律依据、理论根据、参考资料等等。如果善于查阅资料,就可以提高写作效率。

四、收集材料的原则与要求

(一) 收集材料的原则

在市场经济文书写作中,材料是为表现主题服务的,材料的收集和占有都要服从于表现主题的需要,这是收集材料的一条基本原则。与主题无关或关系不大的材料,必须毫不惋惜地舍去。

(二) 收集材料的要求

1. 要围绕主题收集材料。初学写作的同志常常易犯材料芜杂,不忍割爱的毛病。他们收集材料不是严格地根据表现文书的主题的需要,而是孤立地看待材料的“好坏”,是否有“轰动效应”作为收集材料的标准,以个人的兴趣或“偏好”作为收集、占有材料的依据。这是不可取的。不懂得围绕主题来收集、占有材料,其结果必然会造成文书中浮材杂集,枝蔓丛生,内容不集中,观点被材料淹埋,损害文书的效用。

2. 材料要真实。材料的真实准确,是对市场经济文书最基本的要求。对这类文书来说,真实是材料的生命。要使材料绝对真实,就必须对文书中所选用的材料进行认真审核,尤其是细节材料,也要对它的真实性负责,因为细节的差错也会引起人们对文

书中全部材料的真实性产生怀疑，从而影响到整份文书的说服力和教育作用。

为了维护材料的真实性，我们必须防止下列三种错误的做法：

第一，添枝加叶，无中生有。有的作者为了追求新奇，写作时依据一点，添油加醋，任意造假，失去真实。第二，张冠李戴，移花接木。本来是两个或几个不同单位、企业的事，为了所谓的典型，硬把它们捏在一个单位、企业身上，结果造成了材料的不真实。第三，态度马虎，粗心大意。在引用材料和数字时不核实，不查对，或由于观察不细、调查不实而使材料失真。

3. 材料要典型。典型材料是指在思想、方针政策和具体业务方面，能表现和说明同类事物的实质及其发展规律的个别事例或数据。简言之，典型是代表一般而又比一般突出的个别事物。收集典型材料时，要处理好几个关系：第一，处理好共性和个性的关系。共性包括于一切个性之中，个性能反映共性，个别能反映一般。因此，在写经济文书时，不必把收集到的所有材料都写进来，能用一个材料说明问题的，就不用两个。第二，处理好多和少的关系。在现实的经济生活中，有时相类似的现象有多有少，多的不一定是本质的东西，少的不一定是非本质的东西，典型不在于数量多少，主要应从本质上去鉴别。第三，处理好主要材料和次要材料之间的关系。一份经济文书的写作，应围绕写作目的和意图，尽量收集能有力表现文书主题的主要材料，但也要注意收集能丰富文书主题的次要材料（细节材料），以进一步充实文书的内容。第四，处理好对内和对外的关系。有时材料具有机密性，如经济信息、统计数字、经济情报等，就不宜写进公开发表的经济文书中去。

4. 材料要新颖。写作市场经济文书，还要求材料应当是新颖生动的。新颖的材料，指的是新发生、新发现的事物、信息或经济活动情况，特别是指那些代表了当前社会经济活动中新的发展

态势和方向，具有强大生命力的事物。因为读者闻所未闻，又有新的启示，所以，会对这些材料兴味盎然。讲究材料的新颖，并不否定别人已经用过的材料，关键要看作者是否在其中发现了新的意义。已知的材料具有现实启发意义，同样是新颖的，或者从新的角度在日常见惯的事物、道理中发现了新问题，或者用来说明新观点，也同样会新颖引人，使文书发挥更大的作用。

第二节 写作主题的表现

一、主题的含义及作用

市场经济文书的主题，是作者在说明问题，发表主张或反映经济情况时，通过整份文书的内容表达出来的对客观事物的基本意见、认识评价或所持有的态度观点。

市场经济文书是生产经营部门或它们的主管机关根据工作需要而撰拟的。不论是向上级请示问题，反映经济情况，与有关单位联系工作，还是向下级机关或职工发布生产指令、布置生产、安排工作，撰稿人都必须根据党的方针政策和财经制度，针对生产经营或经济活动中的实际问题，在文书中表明出自己提倡什么，不提倡什么，赞成什么，不赞成什么的鲜明倾向。如果一份市场经济文书，只有材料的罗列，词藻的堆砌，而没有提出什么观点，也没有解决什么问题，就会让人看了“不知所云”，当然也就不能发挥什么效用。比如，某单位写了一份经济分析报告，报告中仅仅说明了结算中原材料、劳动工资、成本以及利润等与上期或上年同期对比的升降情况，而没有能具体分析形成差异的主客观方面的原因，找出生产和经营管理上存在的问题，也没有据此提出切实可行的改进办法和建议，这样的分析报告既不能对领导起参谋作用，也不能对生产决策和经营管理起到指导作用。所以说，没有主题或主题不突出的市场经济文书，不但无益，而且有害，至

少是白白浪费了收发双方不少精力。

主题在市场经济文书写作中的作用是十分重要的。这表现在两个方面：

第一，主题是衡量一份文书价值大小的标尺。我们写作市场经济文书，是为了反映、总结社会主义市场经济条件下的各种经济现象和活动的情况，分析、探索经济活动的特点和规律，以促进社会经济的繁荣和发展。正是基于这样的目的，因此，考察一份具体的市场经济文书质量的好坏、价值的大小，主要便取决于该文书的主题是否正确、深刻，能否促进社会经济的发展。一份文书倘若没有正确而鲜明的主题，材料再多，表现形式和写作技巧再好，而文书的主题不正确、不深刻，甚至存在严重问题，这样的文书不仅不能体现其价值，反而是十分有害的了。

第二，主题是选用材料和运用表现形式的依据。写作市场经济文书，作者写什么，怎么去写，运用什么样的表现形式，是以表现主题的需要为依据的。主题统帅着全文的内容，控制全文的写作。文书写作中的各个环节都是以能否有力地表现主题为宗旨的：在撰拟文书过程中，材料的取舍，结构的安排，语言的运用，表达方式的选择，都是为表现主题服务的，以主题为核心组成一个有机的整体。常见有的同志，面对许多材料不知如何取舍，这也想写，那也想留，或者在写作中，对文书的布局谋篇，层次结构一筹莫展。关键原因，就是作者写作时主题不明确而造成的。由此可见，确立主题是文书写作中的首要问题，解决好了这个问题，其他的就会迎刃而解了。

二、主题的提炼

我们在撰拟市场经济文书过程中，常常感到要确立文书的主题，并不是一件容易的事。有时材料不少，却感到理不出个头绪；有时虽确立了某一主题，但就事论事，没有一定的高度和深度，不能给人以更多的启发，这就涉及到怎样提炼主题的问题。

（一）提炼主题必须从全部材料出发

提炼，就是从大批的原料中经过陶冶、熔炼，提取出有用的，精华的东西。因此，若没有大量丰富、生动的材料，就根本谈不上什么冶炼，提取。提炼主题，道理亦然：它不能离开我们所收集的占有的全部材料。因为，主题不是外在的，游离于材料之外的东西，不是作者随心所欲可以判定，可以人为地“贴”上去的东西，不是作者单纯“主观意念”的产物，而是对全部材料思想意义的高度概括，是对材料内涵本质的深刻开掘。材料对主题的确立有着客观的、不容更移的“制约性”。这是因为：

第一、材料所能够显示的“思想意义”是客观的。一定的材料，只能提炼出与其相对应、相适合的一定的主题。有什么样的材料，就决定了有什么样的主题。那种在写作市场经济文书中，“根据经济形势或上级的需要”，随意变换材料“角度”，“拨高”、“附会”主题的做法是断然不可取的。有时，材料所显示的“思想意义”不止一点，自然允许作者确立不同的主题，但材料的主要“性质”仍然是可以把握的。反映出材料的这种“主要性质”，应该在确立文书主题时得到更好的重视。

第二、确立主题，要达到“主观认识与客观实际相一致，主题思想与全部材料相吻合”的要求。主题，它虽具有客观性，但作为一种观念形态，它又具有主观性，它是主观和客观的统一物。因此，提炼和确立主题时，作者的主观认识必须做到正确地反映客观的实际，“以偏概全”、“以次代主”都会造成主题的不正确，只有坚持从全部材料出发来正确“概括”文书的主题，使主题（作者认识）与“全部材料”（客观实际）达到了相一致、相吻合的要求，才是正确的做法。

（二）提炼主题必须发掘事物的本质，把握事物的个性

主题的提炼过程，在方法上就是对于丰富的感性材料进行“去粗取精，去伪存真，由此及彼，由表及里”的改造制作的过程，

就是对大量的材料进行分析、比较、综合、概括的过程，也就是要透过当前经济活动中纷繁复杂的现象和情况，把握它的本质及其规律性。这就要求我们作者必须善于区别主流和支流，表象和本质。比如我们遇到生产上的某一问题，有人这样反映，有人那样反映，这种种不同反映有可能还是对立矛盾的。我们就要根据已收集的材料进行全面的分析和比较，仔细鉴别哪些是真实的，哪些是不真实的，哪些是主要的，哪些是次要的，哪些是矛盾的主要方面，哪些是矛盾的次要方面，然后进一步综合，对这个问题作出正确的评价。

要想把握事物的个性，抓住事物的“特殊点”，就要运用比较的方法。比较的方法主要有“横比”和“纵比”。“横比”是将某种事物或情况和其他同类（或相近）的事物作比较，通过比较，寻找它所独具的特殊之处；“纵比”，就是将事物自身的“现状”与其“历史”相比较，通过比较，探求它前所未有的新的特征。“不比较认识不清，一比较特点分明”。经过这样“一横一纵”的深入比较，事物的个性特征就会清晰地显现出来。

（三）提炼主题应以党和国家的方针、政策为依据，为现实的经济工作服务

市场经济文书有很强的现实性和效用性，它大多是为了反映、解决现实的经济情况和问题而写作的，因此，要求撰拟经济文书的作者在执笔为文，特别是在确立主题，选择重大、典型的经济事件或当前迫切敏感的经济问题作为写作对象时，一定要以党和国家有关经济工作的方针、政策为依据，考虑到为现实的经济活动服务，为当前的社会主义经济建设服务，体现出鲜明的时代精神，这不仅是必要的，而且是必须的。应该象列宁所倡导的那样，要选“为大众所注意的，涉及最迫切问题的主题。”只有确立了当前经济活动中最迫切、最敏感、最为“大众所注意”的主题，才能更好地有益于我国经济建设事业的发展，最大限度地发挥经济