

# Commerce Writing

[现代文体写作教程]

# 商务写作

方法 ◆ 技巧 ◆ 范例

郭小红 高春玲 编者

身处瞬息万变的市场经济时代，商务写作不仅仅是文员的专职，它甚至已成为现代工商人士不可或缺的素质技能。本书就商务写作专用文体及方法技巧进行阐释，是您沉浮商海永立潮头的致胜工具。

3

西北大学出版社

现代文体写作教程

# 商务写作

郭小红 高春玲 编著

西北大学出版社

SHANGWU XIEZUO SHANGWU XIEZUO SHANGWU XIEZUO SHANGWU XIEZUO

## 图书在版编目(CIP)数据

商务写作 / 郭小红, 高春玲编著. —西安: 西北大学出版社, 2002. 8

ISBN 7-5604-1719-1

I. 商… II. ①郭…②高… III. 商务-应用文-写作 IV. H152.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第052811号

## • 商务写作

郭小红 高春玲 编著

西北大学出版社出版发行

(西北大学校内 邮编710069 电话8302590)

新华书店经销 郑州文华印刷厂印刷

880毫米×1230毫米 1/32开本

12.5印张 282千字

2002年8月第1版 2002年8月第1次印刷

ISBN 7-5604-1719-1/H·86

定价: 26.00元(含光盘)

# 前言

我国是一个有着悠久文化历史的国家，自古以来，我们的各种文章体裁就非常丰富。可是，商务写作一直处于社会的边缘地带，各种商务文书在我们浩如烟海的文章典籍中并不易看到。

而我们所处的时代，是一个以商品经济为中心的时代，于是，商务文书也必然地走进社会的中心地带，成为人们关注较多的文体。由于全社会的人们跟商品经济的关系日益密切，可以说，商务写作已经不只是商务工作者的事，它甚至已成为一个现代文化人不可或缺的能力。

商务写作有它专用的文体，有它特有的写作方法，有特定的文体格式和习惯用语。编写这部《商务写作》的目的，就是阐释这些文体、方法、格式、用语。在此基础上，提供典范性的例文，以供学习商务写作者参考、模仿。

相信这部以科学、实用、规范为宗旨的著作，能够为你的学习带来切实的帮助。

编 著 者

# 目 录

## 第一章 商务写作的技巧

- 第一节 商务写作的目的在于信息的交流 / 1
- 第二节 选择和组织材料 保证文章言之有物 / 4
- 第三节 为读者而写 / 11
- 第四节 语言力求清晰、简洁、明白 / 15
- 第五节 写作能力是现代人不可或缺的能力 / 19

## 第二章 商务报告

- 第一节 市场调查报告 / 24
- 第二节 市场预测报告 / 39
- 第三节 经济活动分析报告 / 58
- 第四节 财务分析报告 / 71
- 第五节 验资报告 / 83
- 第六节 信贷项目评估报告 / 96
- 第七节 投资价值分析报告 / 108
- 第八节 国际商情调研报告 / 118
- 第九节 中外合营企业可行性研究报告 / 135

## 第三章 商务说明文书

- 第一节 商务说明文书中说明表达方式的运用 / 157
- 第二节 商务简介 / 163
- 第三节 商品说明书 / 169

## **第四章 招标投标文书**

- 第一节 招标与投标 / 180
- 第二节 招标公告 / 184
- 第三节 招标书 / 191
- 第四节 投标书 / 195
- 第五节 投标人须知 / 202

## **第五章 企业管理文书**

- 第一节 公司章程 / 222
- 第二节 企业管理条例 / 241
- 第三节 企业管理规定 / 256
- 第四节 企业管理办法 / 260

## **第六章 商务谈判文书**

- 第一节 谈判概说 / 273
- 第二节 谈判方案 / 300
- 第三节 国际商务谈判纪要 / 307
- 第四节 国际商务谈判备忘录 / 310
- 第五节 经济合作意向书 / 314

## **第七章 审计、税务文书**

- 第一节 审计报告 / 322
- 第二节 审计意见书 / 334
- 第三节 审计决定 / 339
- 第四节 税务代征委托书 / 344
- 第五节 纳税检查报告 / 353

## **第八章 上市公司必备文件**

- 第一节 招股说明书 / 360
- 第二节 上市公告书 / 388

# 第一章

## 商务写作的技巧

### 第一节 商务写作的目的在于信息的交流

商务文书是应用文的一类，它有应用文的基本特性。该文书以语言文字为主要工具，贮存、加工、传播与人的实际需要有关的各种信息。商务文书的写作是从事经济工作的写作主体将经济信息物化于载体中的具体行为活动。该活动依赖于交流，写在纸上的报告、备忘录、商业信件提供了清晰有效率的交流方式。从交流出发，人们不断地总结这一写作过程的特点，有关这个问题的共识简述如下。

## 一、实用的目的性

文章的写作都具有目的性，对于文学作品写作的目的性，古人早有论述。比如，白居易说：“文章合为时而著，歌诗合为事而作。”韩愈说：“文以载道。”《论语·阳货》中说：“诗可以兴，可以观，可以群，可以怨。迩之事父，远之事君，多识于鸟兽草木之盛事。”这些论述说明文学的写作有目的性，但应用文写作中实用的目的性是它区别于文学写作的本质属性，应用文的其他特征是由它派生出来的。文学作品给人以审美愉悦，用来陶冶人的性情；理论文章给人以思想启迪，提高人们的认识；新闻传播信息让世界变得一体化……而商务应用文不同，它主要在经济活动中处理公务事件，告诉读者要处理什么事情，说明处理事务的方针、政策、办法、措施，或与对方磋商问题，提出请求，或双方协商，达成协议，签订合同……总之，商务应用文的写作主要解决商务活动中的各种问题，失去了实用，就失去了自身存在的价值。

## 二、客观的真实性

也许很多人误认为文学是虚假的，因为我们常常听说文学需要虚构，而实际上，文学写作同样遵循艺术的真实。艺术家对材料的加工、事件的取舍、合理的想像是文学写作允许的，而商务应用文写作不可以编造和虚构。就拿商务文书中具有艺术性的广告来说，广告管理法规定：“对利用广告弄虚作假、欺骗用户和消费者的广告客户，责令其在相应的范围内发布更正广告，并视情节处广告费两倍以上五倍以下罚款；给用户和消费者造成损失的，承担赔偿责任。”“对帮助广告客户弄虚作假的广告经营者，视其情节予以通报批评，没收非法所得，处广告费两倍以上五倍以



下罚款。”广告是以真实为其生命。因此，在商务应用文写作中我们提出：叙述情况有一说一，不凭空落笔；阐述观点要言不繁，不旁征博引；提出措施切实具体，不泛泛而谈。

### 三、体例格式的规范性

商务应用文中的大部分文体有相对固定的结构，也就是说应用文有大致相同或相似的布局和写法，是某种事物的标准形式或使人可以仿照的标准样式。这样的样式可以分为两类。一类是由某一权威机构颁发，对文本格式有严格规定的法定模式。如证监会所颁布的股份有限公司和上市公司所做的年度报告指引等。第二类是人们在长期的写作实践中，自发仿照、约定俗成的习惯性模式，如市场营销方案、各种商务信函等。

随着写作工具的电脑化，应用文体将更趋于模式化。现在写作的辅助软件有《中文之星》《金山书信通》《外贸书信写作》等等。在这些写作软件中你能看到它所提供的写作格式，其中功能强大的中文文字处理系统Word，它给了我们许多写作的模板，这些模板可以为写作某一文书提供格式和排版样式。

### 四、语言、数字的准确性

“笔下有黄金万千，笔下有人命关天”很形象地说明了应用文写作语言的效用。语言的准确就是在语言中找到最贴切的词去表达要表达的意思。这有两重困难：一重困难是作者要具有良好的语言修养，这需要化大功夫、下大力气。世上没有两个相同的手掌，没有两片相同的树叶，作者要找到准确的词，写出它们的不同。良好的语言修养是长期学习和训练的结果。二是商务应用文是专业应用文，它的意思传达与作者对专业领域问

题的分析与把握有关。比如经济合同的写作，它的语言模糊，将会带来现实的经济纠纷，而语言的准确表达必须是作者对经济合同法有科学理解，对合同的标的物的界定清楚。专业应用文所表述意思的复杂性，构成了表述中语言准确性的又一重困难。此外，一个作者要有对语言高度负责的责任心。最后，要正确使用语言，还必须能正确选用文体风格。

## 第二节 选择和组织材料

### 保证文章言之有物

商务写作从实用的目的出发，以收集、选择、组织材料开始。收集、选择和组织材料是商务文书言之有物的基础。

#### 一、收集和选择写作材料

##### (一)使用外面的信息

到外面寻找信息，有几个选择。最明显的地方是图书馆，一般是公共图书馆。在中等城市或大城市，公共图书馆可能有一个非常好的查资料的地方，如果没有，查一下电话簿，看周围的技术职业学校、大学、其他研究机构和专门机构有没有图书馆。如果寻找的是书，别忘了书店——大学里的书店、书城、普通商业机构资料库以及其他地方。

居住的街区和附近街区的各个公司也许有你需要的信息。地方、省、各局委的政府机构，大专院校，地方俱乐部和学术团体，国家贸易和专业协会，以及其他各种各样的商业、教育和专业团体，它们都有专业的杂志、书籍、报告和其他资料。

## （二）自己去访谈

访问，包括电话访问和面谈，你可以写信或打电话给任何地方的任何一家公司，也可以设计调查问卷或提纲，进行书面调查或面谈，访问该领域里的专家、行业里的企业家、还可以向供应商和销售商了解信息和报价。

使用全国、各省或城市电话号簿并查看省市区号，尽可能掌握一些信息，然后把有关姓名、地址和电话号码列一个表。跟人打交道时要尽量解释清楚你需要什么，尽可能弄清最合适的谈话对象的姓名，开始时也许要询问具体的部门或者提到一个符合逻辑的工作名称。

谈话之前要准备好要提的问题清单、录音机、照相机及任何其他有用的东西。但是，出于礼貌，要先问清楚谈话对象是否反对录音或拍照。如果是去图书馆，你一定要带足纸张、笔和索引卡片，用卡片把每份资料的出处记录下来以便今后查找，这样开参考目录时就方便多了。

## （三）运用数据库

只要你有一台计算机、一个调制解调器和合适的软件，你就可以进入存储着大量的电子信息的联机数据库。全国有好多家公司设立了成千上万的数据库，广大用户一般只要登记并且交费就能使用，比如：全国期刊网。不同的数据库提供不同的信息，尽管有些大的信息服务几乎涵盖从报纸到电视、到股票报价、到飞机时刻表等所有能想像得到的领域。有些数据库还提供进入许多其他数据库的服务，如搜狐的搜索引擎。

数据库可以主要提供交流而不是主要提供信息。例如，主要进行交流的服务可以让用户进入电子邮件网络，而主要提供信息的服务帮助用户获得资料和数据，就像在图书馆的参考书阅览

室获得资料和数字一样。你可以到图书馆查阅目录和软件杂志以弄清主要提供信息的联机数据库服务的最新网址和电话号码，从中得到有用的信息。

### 1. 如何使用数据库

一般情况下，你只要输入密码和你的账号、把电话耳机放在调制解调器上，使正文和图表通过电话线进入和退出你的计算机，这样你就可以进入联机数据库进行研究工作。

根据你所选择的数据库，你也许要提供关键词才能找到你想要的资料。数据库的计算机接收到你的关键词之后就会检查它的索引，选出含有你想要的信息的书、文章或其他材料，然后将定位到的信息发送出去，经常采取引用的形式，或者把合适的文章、书和其他原材料摘录下来。

但是，为了避免接收到一大堆无用的信息，提供关键词时一定要明确具体。例如，如果你想定位 ABC 公司对德国的出口方面的信息，不要只给 ABC 公司的名字或只提供“德国”这个词，因为这样会得到多得难以想像的关于整体 ABC 公司历史或整体德国历史的资料和数据。因此，你应该明确表明你想查“ABC 公司对德国的出口”，如果你想查具体某一年的资料，你还应该说明具体是哪一年，不然你会得到 ABC 公司每一年对德国的出口数据。

### 2. 电子研究的费用

弄清楚数据库的使用费用非常重要。网络可能收取开户费，也许是按年或按月收费。你应该对一些大的服务进行价格比较，你需要的是哪种信息——经济信息、市场信息、科技信息、教育信息等。

你还应该比较开户费和服务费与通过其他通讯手段获取信息所需要的费用，例如上图书馆，买报纸或者打电话。比方说，用 10 元打个电话是不是与用 40 元的联机服务效果一样呢？到地方图书馆的参考室查一下百科全书是不是与花 60 元查数据库得到的

信息一样呢？或者你是不是着急得到答案而不必管费用呢？开始工作之前一定要考虑好这样和那样的因素，然后再决定采取哪一种方式。

### 3. 光盘

通过出售计算机软件及相关产品和用品的杂志、目录和公司，你可以购买CD - ROM磁盘。CD - ROM磁盘是一种光盘，上面存有大量的信息，如一本百科全书，几百本杂志和报纸，可以是文字，也可以是图表。CD - ROM磁盘可以在CD - ROM机(与家里的CD机相似)上面读，也可以通过计算机里面的CD - ROM磁盘驱动器读。

CD - ROM的最大缺点是不能修改。电子数据库服务可以提供最新信息，而CD - ROM磁盘的信息很快就会过时。但是，CD - ROM磁盘越来越广泛地用于把许多软件程序(文字处理、财务处理等)集中到一张光盘上，全国有很多杂志有了光盘版。

## (四) 使用内部信息

你可以同时使用内部信息和外来信息。内部资料和内部接触尽管可能是最好和最直接的信息来源，但它们往往被忽略。

### 1. 公司档案

你自己办公室的档案，或者其他办公室的档案，是丰富的信息资源。如果你有机会认识公司的其他秘书，你可能会发现他们乐于帮你查找一些容易丢失的资料和数据。反过来说，你也应该随时准备帮助他们查找资料。

### 2. 会谈

会谈不应该局限于外面的公司，你的公司也可能有许多专家，他们分散在各个部门，他们也许很愿意回答你提出的问题。

### 3. 公司图书室

你自己的公司也许有一个或几个图书室供你查阅。也许你的

办公室有一个很小的图书馆，你可以在那里查目录和其他有用的资料。

#### 4. 其他人的报告

很有可能你的老板不是公司里惟一准备报告的人。要弄清楚公司里其他人写了什么报告，没有必要重复别人已经干过的工作。

#### 5. 公司数据库

你的公司也许有像公用数据库和商用数据库那样的数据库，里面有许多计算机档案，如公司经常使用的地址目录、销售信息及其他资料。

### (五) 运用自己的智慧

在许多工作中都需要运用智慧。知道去何处寻找信息是对从事写作者的基本要求。如果来到一个陌生的地方，不要害怕不知道从何下手，只要把问题解释清楚，你就会得到你所需要的一切帮助。

许多人都希望问题能马上得到解决，这时你要想一想该给什么地方打电话。也许想知道某种货币的汇率，你就应该给一家有外汇部的商业银行打电话。如果你需要弄清楚某种商品的技术名称，如果当地有生产和经销这种商品的人，你就应该给他打电话。如果在查资料的过程中你发现经常使用某本参考书，你就应该为办公室或公司图书馆订购一本。如果你经常跑图书馆，你就会非常熟悉图书馆有什么书，有些参考书对你查找资料非常有用。当然，你也可以去请求当地的图书管理员向你推荐适合于你的书。

## 二、组织写作材料

搜集材料之后，开始整理材料。到目前为止，你已经收集到了写报告、建议书等商务文书所需要的全部资料。你也被一些

图书和剪报资料所包围，并且已经准备开始按照某种顺序整理这些资料那么，一般地讲，在整理材料中常用的方法有以下三种。

### (一)主题法

整理材料时，你需要做的第一件事情，就是对你已经收集到了的所有资料进行加工，并把每一个问题的主要论点都写在卡片上。这听起来好像既费事又费力，但是，写下主要论点，不仅会大大节省你花在后面的时间，而且还有助于你理清思路，使你考虑问题更符合逻辑，更有条理。

当然，如果你已经在信息处理设备记录了你的主要论点，那么，这时你所要做的事情，就是把这些论点打印出来，并将打印出来的资料剪成一张张小卡片，使每一张小卡片上，只记录一个论点。

实际上，你写下主要论点的工作，并不需要花费太多时间。因为你不必详细地写下所有的情况，而是只需要把它们所支持的论点写出来就可以了。这样，你就可以在卡片上写上：“假日经济的普及性和观光门票价格比较表”，同时写下有关的材料的线索，当你起草文书时它常有用。

如果论点之间的联系已经找到了，不妨画一个有论点、有序码的逻辑图表，这样一个文书的提纲雏形就产生了。

在《如何写出卓有成效的建议书和报告》一书中，罗斯·杰伊说：“我常常发现，如果我从完全写出来了的单一来源的资料中，取出一两页资料——我已经完成了的原始资料即图书、报纸、杂志以及其他各种资料的整理后，我的桌子也就开始变得比以前干净起来了。当我完成了写作过程的这一部分工作时，我已经拥有了许多卡片、几本参考书以及其他一些资料。在三四种原始资料来源中，一切有用的资料仍然有与其相对应的卡片。但是，这些特殊的卡片，与其说是只包括一些笔记和参考书，倒不如说是

包括了写作所需要的全部资料。”

他还说：“如果你以前可能还对写出一篇像样的建议书或报告感到担忧的话，那么现在，你就会感到更加乐观和自信了。首先，在你桌子上，除了一些卡片之外，几乎没有什么别的资料了，这些卡片比一堆堆的图书、文章以及其他文献更容易处理。其次，你也没有必要去记任何东西了，因为所有资料都已记录在那些小小的卡片上了。现在，你完全可以轻松地离开办公室，忘掉所有的资料，高高兴兴地去度周末了。而当你在下周一早晨回来上班时，你想要说的所有事情，都在你办公室的桌子上等着你呢”。

## (二)分类法

对资料进行分类是整理资料的又一种方法。准备阶段的最后一步，就是将你已经搜集到的所有资料分成逻辑群。这些逻辑群也可能就是你一开始设计出来的标题。当然，你仍然处在决定自己需要了解什么东西的过程之中。更确切地说，你使用什么样的逻辑群分类，都是无关紧要的，但这些逻辑群分类应该符合逻辑。这种逻辑分类也可能不是你在报告或文书中最终采用的结构，因为你没有按任何顺序对逻辑群进行整理。但是，你又必须经过这个阶段。其主要理由有如下三个方面：

第一，这是非常宝贵的逻辑思维练习。它有助于你在头脑中组织资料，有助于你把注意力集中在报告或文书的主题上。

第二，当你做卡片时，即把每一张卡片都分配到最大的逻辑群中之后，你就有机会按照原先给报告或文书确定的写作目标检查每一张卡片。这样，你就能够做到使报告或文书中不出现任何重复的论点，或者因为读者已经知道而又没有必要写进去的论点，或者与主题无关的论点。

第三，你也许将逻辑群的大部分资料都编进了报告或建议书的最终结构，这样，对于下一个阶段来说，这个练习就是有益的



写作准备。

### (三)标题法

根据你的写作目的和要写的文书格式要求先写标题，写出大标题，接着写一级标题、二级标题和三级标题，并且在一级标题设计顺序按是什么、为什么、怎么办的思路进行，这些标题并不一定完全用在文章内，也不必非得鲜明、生动地概括了内容，它是最终标题的雏形，但这时的标题写作仅仅是为了排列内容，梳理材料。当标题拟定之后，再按标题去整理材料。既可以排出材料的顺序又可以根据标题的需要筛选材料。

## 第三节 为读者而写

不少人在写作中习惯从自己的角度出发思考问题，与其他写作不同，商务写作尤其强调信息沟通的效果，不仅要关心内容的正确与完整，还必须重视读者的反应，只有以读者为中心，站在读者的立场上才能获得满意的沟通效果。具体体现在以下几个方面。

### 一、强调读者利益

读者获取信息的最根本目的是要了解信息将传递给他们什么利益，因此作者要运用对方姿态，替读者着想，在字里行间充分体现读者的利益。对比以下两封信，便可以明白为读者着想将会有更好的沟通效果。