

→ 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

常用文书写作

岗位应用的范例

日常写作的宝典

白宇 冯坛 主编



Lehangyong Wenshu Xiezu

哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

常用文书写作 / 白宇, 冯坛主编: -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 - 108 - 5

I. 常... II. ①白... ②冯... III. 公文 - 写作
IV. H152. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 146043 号

责任编辑: 李金秋

封面设计: 张 涛

常用文书写作

白宇 冯坛 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 13.5 字数 380 千字

2006 年 1 月第 2 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7 - 80699 - 108 - 5/H · 13

定价 19.80 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 宣传 报道类

第一节 消息	/1
1. 动态消息	/1
2. 综合消息	/6
3. 经验消息	/9
4. 述评消息	/13
5. 人物消息	/15
第二节 通讯类	/17
1. 人物通讯	/17
2. 事件通讯	/28
3. 工作通讯	/31
4. 风貌通讯	/49
5. 新闻特写	/52
6. 新闻专访	/57
第三节 深度报道	/71
1. 系列新闻	/71
2. 连续新闻	/77
3. 解释性新闻	/93
4. 调查性新闻	/95
5. 服务性新闻	/100

6. 预测性新闻	/106
7. 实录性新闻	/112
第四节 广播报道	/114
1. 广播新闻	/114
2. 广播通讯	/116
第五节 电视报道	/119
1. 电视新闻	/119
2. 电视专题	/121
第六节 文学	/124
1. 散文	/124
2. 报告文学	/126
第二章 科研报告类	
第一节 可行性研究报告	/138
第二节 科研开题报告	/143
第三节 科研考察报告	/145
第四节 科学实验报告	/148
第五节 科研建议报告	/150
第三章 技术鉴定与科研成果类	
第一节 科技鉴定书	/155
第二节 发明申报书	/158
第三节 国家发明奖申报书	/160
第四节 发明专利申请书	/162
第四章 科技协议及合同类	
第一节 科技协议	/165
第二节 科技协定	/168
第三节 技术合同	/170
1. 技术开发合同	/170

2. 技术转让合同	/177
3. 技术咨询合同	/183
4. 技术服务合同	/188

第五章 涉外礼仪类

第一节 普通外函	/194
第二节 正式外函	/204
第三节 对外便函	/212
第四节 普通对外电报	/216
第五节 对外贺电	/220
第六节 对外唁电	/223
第七节 对外致谢电	/227
第八节 外贸信函	/229
第九节 外贸电报	/232
第十节 外贸传真	/235
第十一节 外贸请柬	/236
第十二节 外贸致辞	/239

第六章 广告类

第一节 广告策划书	/243
第二节 广告	/256

第七章 朗诵诗类

第一节 现代节日朗诵诗	/259
1. 元旦朗诵诗	/260
2. 三八妇女节朗诵诗	/261
3. 学习雷锋活动日朗诵诗	/263
4. 植树节朗诵诗	/265
5. 五一劳动节朗诵诗	/267
6. 五四青年节朗诵诗	/269

7. 护士节朗诵诗	/272
8. 六一儿童节朗诵诗	/274
9. 七一党的生日纪念日朗诵诗	/275
10. 八一中国人民解放军建军节朗诵诗	/277
11. 教师节朗诵诗	/279
12. 十一国庆节朗诵诗	/281
13. “一二·九”运动纪念日朗诵诗	/283
14. 毛泽东诞辰纪念日朗诵诗	/284
第二节 传统节日朗诵诗	/286
1. 春节朗诵诗	/286
2. 元宵节朗诵诗	/287
3. 清明节朗诵诗	/288
4. 端午节朗诵诗	/289
5. 中秋节朗诵诗	/290
6. 冬至朗诵诗	/292

第八章 讲演稿类

第一节 现代节日讲演稿	/296
1. 元旦讲演稿	/296
2. 三八妇女节讲演稿	/297
3. 学习雷锋活动日讲演稿	/298
4. 植树节讲演稿	/301
5. 五一劳动节讲演稿	/303
6. 五四青年节讲演稿	/306
7. 护士节讲演稿	/307
8. 六一儿童节讲演稿	/310
9. 七一党的生日纪念日讲演稿	/311
10. 八一中国人民解放军建军节讲演稿	/312
11. 教师节讲演稿	/315
12. 十一国庆节讲演稿	/319

13. “一二·九”运动纪念日讲演稿	/322
14. 毛泽东诞辰纪念日讲演稿	/324
第二节 传统节日讲演稿	/326
1. 春节讲演稿	/326
2. 元宵节讲演稿	/327
3. 清明节讲演稿	/330
4. 端午节讲演稿	/331
5. 中秋节讲演稿	/333
6. 冬至讲演稿	/336

第九章 日记 笔记类

第一节 日记	/338
1. 新闻类日记	/338
2. 生活类日记	/339
第二节 笔记	/340
1. 摘录式笔记	/340
2. 摘要式笔记	/343
3. 提纲式笔记	/344
4. 批注式笔记	/346
第三节 感想	/348
1. 读后感	/349
2. 观后感	/350
第四节 随笔	/352
第五节 札记	/353

第十章 传志碑铭类

第一节 传	/357
1. 自传	/357
2. 小传	/361
3. 评传	/362

第二节	地方志	/364
第三节	回忆录	/366
第四节	遗嘱	/368
第五节	生平	/370
第六节	悼词	/372
第七节	碑文	/383
第八节	墓志铭	/387

第十一章 楹联 祝辞类

第一节	春联	/390
第二节	婚联	/391
第三节	寿联	/393
第四节	挽联	/399
第五节	行业联	/405
第六节	节庆联	/407
第七节	题词	/412
第八节	祝词	/413
第九节	标语	/414

后 记	/415
-----	------

丛书主要参阅书目	/417
----------	------



第一章 宣传 报道类

第一节 消 息

▲ 动态消息

一、定义

动态消息是反映某一事件发生发展的新动向、新变化、新趋势的一种新闻文体。

二、释义

1. 报道事物的最新变动是它的主要特征。
2. 以时效性、重要性为主要价值取向。
3. 报道触及、深入到社会各领域,取材十分灵活。
4. 以突发事件为主。
5. 以叙述事实为主要手段,反对记者直接发言与陈述个人性观点。叙述的着眼点首先在于事态的发生及其最新的发展。
6. 文体要求最好一事一报,扼要简明。
7. 一般要求五个 W 和一个 H 俱全,结构上有导语、主体、结尾



等,必要时加入适量的背景材料。

8. 动态消息也包括人们常说的简讯、快讯。它们的文字更少、篇幅更小,一般不叙述事件过程,不交代背景,也没有明显结构。

三、写作格式与内容

1. 标题:在新闻报道中,标题具有向导和提示作用。标题若能把新闻中最有价值的事实提炼出来,就可以帮助读者抓住新闻的核心和纲领,引起他们的阅读兴趣。标题最常见的是只占一行或二行的主题,是最引人注意的部分,它应该概括一篇报道中最主要的事实和思想。比较重大的新闻,还常常加引题或副题。引题又称眉题或肩题,位于正题之前,字体稍小,是从属于正题的“先行官”,它或者交代背景和原因,或者说明意义和内容,或者渲染气氛。副题又称子题,位于正题之后,字体稍小,用以补充正题。也有引题、副题同时用在正题前后的。

2. 导语:除了简讯和一句话新闻外,消息都有导语。它是新闻开头的一段话或第一句话,需要把消息中的主要内容和事实概括出来,紧紧地吸引住读者。常见的导语写法有五种:一是直述式,用叙述的手法直接概括出新闻的主要事实;二是疑问式,先把问题鲜明地提出来,引起读者关注,然后引出下文;三是引语式,即引用一两句生动、隽永或有代表性的话来增强导语的生动性或权威性;四是评论式,先对消息的内容进行评论,或评价其做法,或指明其原因,或说明其意义;五是描写式,先对事实简要描写一番,以渲染气氛。写作导语时,要繁简适当,不能把许多具体材料都塞进导语中,失去导语的意义,也不要过于简略,使人看不出新鲜的事实。

3. 主体:这是新闻中最主要的部分,它承接导语,具体说明导语所揭示的主题或回答导语中提出的问题,对新闻事实展开叙述。主体部分的写法,常见的有三种:一是时序结构,即按照事情的发生、发展、结局的时间顺序从先到后地一路写来;二是逻辑结构,即按照事物发展变化的内在联系分几个方面——写来,这种方法便于揭示事物的本质和意



义,具有较强的说明力;三是时序结构与逻辑结构相结合,即二者交叉,或在时序结构中包含着逻辑结构,或在逻辑结构中包含着时序结构,这种写法适合容量较大的消息报道,一般不常用。写作消息主体,一定要注意让事实说话,以叙述为主,少发议论,要层次分明,详略得当。

4. 背景:背景是消息的附属部分,一是对比性背景,对报道事实的过去和现在、正面或反面、甲地和乙地等方面进行对比,以突出所报道事实的意义;二是说明性背景,对报道事实的政治背景、历史演变、地理环境进行说明,以强调事物产生的原因、环境和条件等;三是注释性背景,对报道事实的有关问题进行解释,以增强消息的知识性和趣味性;四是补充性背景,对报道事实有关问题进行补充,帮助读者更全面了解事实。对背景的写作,要言简意赅,不能喧宾夺主,至于写在消息的何处,是否独立成段,皆因事制宜,不可千篇一律。

四、范例

范例一:

大连提升服装经济做足国际化 李瑞环出席第十四届大连国际服装节

本报记者白庆祥大连报道 金秋的大连因第十四届国际服装节而更加绚烂多姿,昨晚的开幕式六万余观众用笑脸和掌声欢迎来自国内外的客商。中共中央政治局常委、全国政协主席李瑞环,新西兰前总统珍妮·希普利,加中贸易理事会主席德马雷出席开幕式并观赏了中外艺术家的精湛演出。

一年一届的大连国际服装节,不仅极大地提升了大连在国内外的知名度,也提升了大连的服装经济,不断吸引着众多的海内外客商到大连展示自己的服装品牌,并进行经济贸易洽谈,其成交额也逐年递增。上届已达到 85.3 亿元人民币,据权威人士透露,今年有望突破这个数



字。

随着这项活动的影响力和吸引力的不断增大，服装节展场面积17000平方米的大连星海会展中心远远满足不了海内外参展客商的需求，因此，从1996年开始，这项活动分为一期展和二期展两期进行。

本届一期展自9月14日开始至17日结束，在大连星海会展中心和星海国际网球中心同时举行，展地面积约23000平方米。参展商分别来自韩国、日本、新加坡、马来西亚、泰国、德国、法国、英国、美国、荷兰、瑞士、瑞典、葡萄牙、奥地利、西班牙、意大利、俄罗斯和香港、澳门、中国台湾等21个国家和地区及国内60多个城市的400余家服装纺织企业。海外企业数量占55%，海外展位占33%，海外企业和展位数量超过规定指标，参展的国际名牌产品比重增大，专业门类更加细化，使大连服装节国际化更足。一期展期间将举办参展企业与品牌商贸新闻发布会、服装与面料流行趋势预测发布、时装品牌推介表演、双十佳品牌评比等活动。

本届二期展将在9月19日至24日举行。二期展吸引了来自美国、英国、德国、意大利、日本、韩国、新加坡及香港、澳门、中国台湾等11个国家和地区及国内的300多家企业和品牌参展，展地面积15000平方米。

为推介大连地方服装品牌，大连还将在博览会一期展和二期展中组成规模较大、档次较高的大连地产服装展区，集中展示大连服装。

据悉，海内外160多家新闻单位近千名记者云集大连采访服装节，国际展览联盟特派专员陈若薇女士也前来考察。

此届服装节将历时10天。

（选自《中国经济时报》）



范例二：

联合国专家及采购团即将抵达大连 研讨美国对华投资态势并开出采购订单

本报记者白庆祥大连报道 联合国专家及采购团将于本月 26 日抵达大连,将进行两天的经济研讨和采购。

届时,美国国际商会中国区副总裁约翰·张及国际联络部部长杰克·杨等国际贸易专家顾问将围绕美国对华投资热态势、大连产品如何进入美国及国际市场问题进行研讨,将详尽介绍美国对华投资商以及如何获得美国对华投资信息,美国对华投资热点项目,对美招商引资如何运作等内容。

另据悉:此次联合国采购团对大连企业是一个机遇也是一个挑战。联合国采购市场有 230 亿美元的份额。目前,在联合国 5795 家供应商中,中国只占 79 家,去年,联合国采购司 8.1 亿美元采购额中,中国只有 90 万美元,仅占 0.11%,而大连却没有份额。

(选自《中国经济时报》)

范例三：

大连全力筹备亚欧经济部长会议

本报记者白庆祥大连报道 第五届亚欧经济部长会议 7 月 22 日—24 日将在大连举行。大连市正以周密的计划、完善的措施、优质的服务和崭新的城市风貌,举全市之力做好筹备工作。

亚欧经济部长会议一般每两年举行一次。第一届于 1997 年在日本举行;第二届于 1999 年在德国举行;第三届于 2001 年在越南举行;第四届于 2002 年在丹麦举行。亚欧经济部长会议是亚欧会议的重要组成