



曹文彬 主编

CAIJINGYINGYONGXIEZUO



财经应用写作

中国商业出版社

国内贸易部部编高等商科教材

财经应用写作

曹文彬 主编

王升翰 梁静 副主编

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

财经应用写作/曹文彬主编.

· 北京:中国商业出版社,1996.5

国内贸易部部编高等商科教材

ISBN7-5044-3024-2

I. 财… II. 曹… III. 汉语—应用文—写作
—高等学校—教材 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 03697 号

责任编辑:蓝垂华 孙锦萍

特约编辑:陈学庸

责任校对:张春诚

封面设计:杨据宇

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

保定市河北小学印刷厂印刷

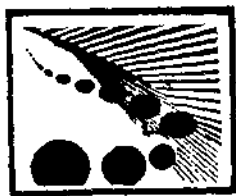
850×1168 毫米 32 开 11.625 印张 280 千字

1996 年 5 月第 1 版 1996 年 5 月北京第 1 次印刷

印数:1—14000 册 定价:13.70 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)



编审说明

国内贸易部部编高等商科教材,是为适应社会主义市场经济体制的建立和高校教学改革的需要,结合当前深化流通体制改革、转换企业经营机制的实际及高等商科教育的特点、培养目标的要求,由国内贸易部教育司委托全国商业高等专科学校建设指导组,组织国内各有关院校的教授、学者及第一线的教师共同编写的。现经审定同意作为高等商科院校的教材,也可作为成人高校、大专层次的函授、自考以及在职培训用的教材。

《财经应用写作》是高等财经、商业院校经济管理类专业的共同课之一。由曹文彬副教授任主编,王升翰、梁静副教授任副主编(编写具体分工见前言),特请南京大学樊显生教授审阅。本书在编写过程中得到扬州大学商学院和全国商专教材发行中心的大力支持,在此一并致谢。

由于编写人员水平的限制和时间仓促,缺点和不足请广大读者批评指正。

国内贸易部教育司

一九九六年三月



前 言

自 80 年代以来,我国写作界开始重视应用写作的教学与研究工作。中央广播电视大学于 80 年代初正式开设应用写作课,并以李景隆先生主编的《应用写作》(中央广播电视大学出版社 1983 年版)作为课本。这对推动我国应用写作教学与研究工作的的发展发挥了一定的作用。80 年代中期以后,应用写作的研究呈现出一派繁荣兴旺的景象,许多专家学者对应用写作的各个门类,诸如财经写作、科技写作、司法写作等进行了深入的探讨,先后出版了这方面的论著与教材。

自 80 年代中期至目前的十年间,随着我国经济的腾飞,财经写作的教学与研究工作日益受到界方面的重视。全国商业高等院校和财经院校一样,已将财经应用写作作为一门重要的基础课或专业基础课来开设。为了提高这门课的教学质量,全国商专学科建设指导组决定将《财经应用写作》列入“内贸部部编高等商科教材”的第一批书目,并推荐了六位富有教学经验的副教授与讲师参加编写工作。经过参编人员半年来的辛勤劳作,现在终于完稿付梓。

在《财经应用写作》的编写中,我们尽力做到以下几点:

一、既讲授理论,又介绍知识。本书一至三章,主要论述财经应用写作的一些基本理论,四至二十章,具体介绍经常使用的各种财经应用文章的写作知识。不论讲授写作理论,还是介绍写作知识,都力求简明扼要,切合实际,不作长篇大论的理论阐述。

二、既充分考虑财经工作的实际需要,又注意突出主要文种

的介绍。财经工作涉及面广,本书不仅考虑到一些财经专用文书,也考虑到通用文书;同时,注意突出那些具有代表性的主要文种的介绍,不作“大而全”的讲述。我们认为,一个财经工作者,如能掌握本书所介绍的这些主要文种的写作技能,就能举一反三,基本上适应工作的需要。

三、在四至二十章的具体安排上,正确处理文体知识、例文与训练三者的关系,做到以文体知识为指导,以例文为借鉴,以训练为中心,以提高写作能力为目的。全书讲述文体知识,力求具体明确,要言不烦,并注意相近文种的比较,重在指导实践;选择例文,要求内容新颖,格式规范,以便学习借鉴;安排练习,注意综合训练,力图让学习者通过训练将掌握的知识转化为能力。

本书的编写分工是:曹文彬,第一、十、十七、十九、二十章;王升翰,第八、九、十五章;梁静,第四、十六章;陈剑锋,第五、六、七、十三章;张春城,第二、三、十四、十八章;徐刚翔,第十一、十二章。

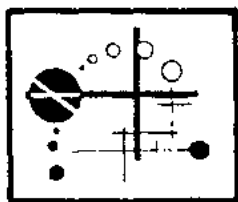
本书由曹文彬副教授任主编,王升翰副教授与梁静副教授任副主编。全书由曹文彬负责总纂、定稿,王升翰协助初审了第五、六、七章书稿,梁静协助初审了第二、三、十一、十四章书稿。

本书在编写过程中,得到了全国商专学科建设指导组陈学庸教授的大力支持;中国写作学会常务副会长、南京大学大众传播研究所所长裴显生教授审阅了本书编写纲目,并给以热情指导,在此一并致以衷心的感谢。

财经写作涉及面广,我们限于水平,不当之处敬请批评指正。

编著者

1996年3月



目 录

编审说明	(1)
前 言	(1)
第一章 绪论	(1)
第一节 财经应用写作的涵义和财经应用写作的 现状	(1)
第二节 财经应用文章的特点和作用	(4)
第三节 财经应用写作的作者	(8)
第二章 财经应用写作的过程	(12)
第一节 接受任务 搜集材料	(12)
第二节 集中构思 编制提纲	(18)
第三节 起草撰拟 修改定稿	(26)
第三章 财经应用写作的技法	(32)
第一节 叙述技法	(32)
第二节 说明技法	(35)
第三节 论证技法	(40)
第四节 语言技法	(45)
第四章 行政公文	(56)
第一节 行政公文的性质和作用	(56)
第二节 行政公文的种类和格式	(58)

第三节 常用行政公文的写法	(65)
第五章 商务信函	(99)
第一节 商务信函的特点和作用	(99)
第二节 商务信函的种类	(101)
第三节 商务信函的格式和写法	(102)
第四节 商务信函的写作要求	(104)
第六章 计划	(108)
第一节 计划的特点和作用	(108)
第二节 计划的种类	(110)
第三节 计划的结构和写法	(111)
第四节 计划的写作要求	(113)
第七章 总结	(119)
第一节 总结的特点和作用	(119)
第二节 总结的种类	(121)
第三节 总结的结构和写法	(123)
第四节 总结的写作要求	(125)
第八章 规章制度	(135)
第一节 规章制度的性质和作用	(135)
第二节 规章制度的种类	(136)
第三节 规章制度的结构和写法	(138)
第四节 制定规章制度应注意的事项	(140)
第九章 简报	(148)
第一节 简报的特点和作用	(148)
第二节 简报的种类	(149)
第三节 简报的结构和写法	(151)
第四节 编写简报的基本要求	(153)
第十章 调查报告	(160)
第一节 调查报告的特点和作用	(160)

第二节	调查报告的种类	(163)
第三节	调查研究的步骤	(164)
第四节	调查报告的结构和写法	(168)
第五节	调查报告的写作要求	(171)
第十一章	市场调查报告	(183)
第一节	市场调查报告的特点和作用	(183)
第二节	市场调查的内容和方法	(185)
第三节	市场调查报告的结构和写法	(188)
第四节	市场调查报告的写作要求	(192)
第十二章	市场预测报告	(198)
第一节	市场预测报告的特点和作用	(198)
第二节	市场预测的内容和方法	(200)
第三节	市场预测报告的结构和写法	(204)
第四节	市场预测报告的写作要求	(206)
第十三章	经济活动分析报告	(212)
第一节	经济活动分析报告的特点和作用	(212)
第二节	经济活动分析报告的种类和常用的 分析方法	(214)
第三节	经济活动分析报告的结构和写法	(217)
第四节	经济活动分析报告的写作要求	(219)
第十四章	审计报告	(228)
第一节	审计报告的特点和作用	(228)
第二节	审计报告的类别	(230)
第三节	审计报告的结构和写法	(232)
第四节	审计报告的写作要求	(235)
第十五章	经济合同	(241)
第一节	经济合同的性质和作用	(241)
第二节	经济合同的类别	(243)

第三节	经济合同的格式和主要条款·····	(245)
第四节	签订经济合同应注意的事项·····	(248)
第十六章	经济诉讼文书·····	(255)
第一节	经济诉讼文书的特点和作用·····	(255)
第二节	民事诉讼程序和民事诉讼参与人·····	(257)
第三节	常用经济诉讼文书的格式和写法·····	(261)
第四节	经济诉讼文书的写作要求·····	(270)
第十七章	商业广告和商品介绍·····	(282)
第一节	商业广告的特点和作用·····	(282)
第二节	商业文字广告的结构和写法·····	(285)
第三节	商品介绍和商业广告的异同·····	(289)
第四节	商品介绍的结构和写法·····	(291)
第十八章	经济新闻·····	(297)
第一节	新闻的要素和特点·····	(297)
第二节	消息的种类和写法·····	(299)
第三节	通讯的种类和写法·····	(307)
第十九章	工作研究·····	(316)
第一节	工作研究的特点和作用·····	(316)
第二节	工作研究的种类·····	(319)
第三节	工作研究的结构和写法·····	(320)
第二十章	经济论文·····	(329)
第一节	经济论文的特点和作用·····	(329)
第二节	经济论文的种类·····	(332)
第三节	经济论文的选题与材料搜集·····	(334)
第四节	经济论文的构思·····	(339)
第五节	经济论文的撰写·····	(343)
主要参考书目	·····	(361)



第一章

绪论

应用写作(或称“实用写作”),是人们运用文字与图表符号处理公务和个人事务的一种写作活动。实际应用(或称“实用性”)是这类写作的出发点和归宿。著名的语文教育家叶圣陶先生在《作文要道》一文中就曾明确指出:“大学毕业生不一定要能写小说诗歌,但一定要能写工作与生活中实用的文章,而且非写得既通顺又扎实不可。”(《写作》1981年第5期)这里所说的“工作与生活中实用的文章”,即指应用写作类的各种文章,一般称之为“应用文”,也有称为“实用文”的。

财经应用写作又称“财经写作”,是应用写作的一个分支。高等财经、商业院校经济管理类专业的学生,不仅要掌握丰富扎实的专业知识和各种熟练的专业技能,而且应该具有较高的财经应用写作水平,能写好经济管理工作中所使用的各种“实用的文章”。

第一节 财经应用写作的涵义和 财经应用写作的现状

一、财经应用写作的涵义

随着我国社会主义市场经济体制的建立与经济的持续高速发展,财经部门的任务日趋繁重。财经工作者在执行政策、处理

事务、调查研究、总结工作、沟通情况、传播信息的过程中,既要使用财经部门专用的一些应用文种,如市场调查报告、经济活动分析报告、经济合同、商业广告等,也要拟公文、订计划、写总结、发消息、撰写调查报告、工作研究等,即运用各部门所通用的一些应用文种。为了教学的需要,本书将目前在财经工作中使用的各种反映经济活动内容文章统称之为财经应用文章。财经应用写作就是指财经应用文章的写作。

应用写作用途广泛,种类繁多。但究竟如何分类,目前还难以形成一个统一的意见。有的写作论著认为:“实用类文章指的是和文学类相对的各种业务所需要和日常所需的文章,也有称应用文的。这种文章怎么分类,尚有待深入研究。”(裴显生主编《写作学新稿》第310页)有的论著明确指出:“应用文体的划分目前还没有一个统一标准。”(路德庆主编《普通写作学教程》第8页)有的论著则主张:“对应用文的分类,大类宜粗,文种宜细。”(李凯源著《高等应用写作教程》第3页)鉴于目前人们对应用写作分类问题的认识还很不一致,本书的编写采用“大类宜粗,文种宜细”的办法,即在“财经应用写作”这个“大类”之下,具体介绍使用频率较高的各个财经应用文种的性质、特点、作用和写作技法。

二、财经应用写作的现状

我国是一个历史悠久的文明古国,在财经应用写作的实践方面也有一笔丰富的遗产。据现有资料看,最早的财经写作活动可见诸3500多年前殷商时代的甲骨文。郭沫若曾把发掘出来的甲骨文分为世系、天象、食货、征伐、畋游五类,其中食货类就是当时的财经应用文章。西周财经写作有了大的发展,现发掘出的西周青铜器上铸造的铭文中,有长达291字的赏赐财物的命令,有抵押典当文书,有私人交换物资的契约,可见当时的经济

活动已经有了一定规模,财经应用文章的写作也有了一定的水平。秦汉以后,随着社会的不断前进,财经写作也得到进一步的发展。但由于种种社会历史条件的局限,我国古代的财经应用写作远没有达到严格的科学化的高度。而改革开放以后,我国的财经应用写作则出现了空前繁荣的景象,主要表现在以下几方面:

(一)财经应用文章大量增加

当今世界已进入信息时代,信息量大大增加。作为财经信息载体的财经应用文章的数量也大幅度增加。据统计,现在全世界平均每分钟就要出版一本书。1750年全世界只有期刊10种,到1956年公开出版的刊物已突破10万种,至今仍以每年增加1500多种的速度在发展。这其中有相当一部分是财经类书刊。在这样的世界潮流和改革开放的大好形势下,我国的财经类报刊与书籍的出版数量陡增,各类财经应用文章的数量大幅度增加。至于在财经部门内部流动的文件资料数量则更为惊人。据统计,一个大型企业内部每年周转的各类文件数高达100万份以上。

(二)旧文种得到发展,新文种不断涌现

社会政治、经济的发展是财经应用写作文种发展的原动力。改革开放的形势首先给一些旧的财经应用文种注入了生命的活力。例如在旧的计划经济体制下,“酒好不怕巷子深”的观念甚为流行,广告就失去了用武之地。现在,广告到处可见,在报纸、杂志、广播、电视这些大众传播媒介中占有相当大的比重,而且在广告文字的创意与表现手法上有了很大的进步。又如在过去那种按照上级指令调拨商品与物资的情况下,各企业之间的交易很少签约立据,而现在在交易时签订经济合同已是必不可少的步骤,并成为保护当事人合法权益与维护社会主义市场经济秩序的重要手段,在经济合同的签订程序与文字条款的表达上也有一套严格的要求。同时,随着改革开放的深入,在财经应用写作方

面还出现了许多新的文种,如预测报告、可行性报告、决策报告、经济综述等等。据统计,现有的财经应用文种已有七、八百种,从而构成了一个庞大的财经专业写作系统。

(三)财经应用写作的教学与研究受到重视

在相当长的一段时间里,一些重知识轻能力的人士认为财经应用文章内容简单,不值一学,因而使财经应用写作被拒于财经类高校乃至中专的课堂之外,至于研究工作更无从谈起。改革开放以后,这种情况得到了根本的改变。如上所述,许多财经类院校从80年代中期开始开设了财经应用写作课。同时,一批从事财经应用写作研究工作的有识之士,在短短的十多年间出版了一批财经应用写作方面的教材和专著。尽管这些编著还不够成熟,有的还很粗糙,但在财经应用写作的学术研究中终于迈出了可喜的第一步,筚路蓝缕,难能可贵。

第二节 财经应用文章的特点和作用

一、财经应用文章的特点

财经应用文章与其他文章一样,既有共性,也有个性。正所谓“文本同而末异”(曹丕《典论·论文》)。财经应用文章和其他文章一样都要求观点正确,中心明确,文气通顺,语句通畅,并能正确使用标点符号,这可算是所有文章的共性,即“本同”。但与其他文章相比,财经应用文章又有它自己的特点,即“末异”。

(一)实用性

实用性是一切应用文章的共同特点,也是财经应用文章的首要特点。一般文学作品虽然也都有一定的“实用性”,也讲求社会效果,但相对来说,总不如财经应用文章那样直接、明确。文学作品总是以其艺术的感染力先作用于读者的理智和感情,然后才能产生某种效果。而财经应用文章是直接用来办事的,有着明

确的实用目的。它往往超越了让读者感染的过程,直接产生某种社会效果。例如行政公文的通知往往是布置工作的指挥棒,写报告、请示,是为了反映情况和解决问题,规章制度是人们行为的准则和规范,计划则是人们的行动指南。就经济论文而言,它在与客观实际的联系上,也比其他学术论文显得更为直接。同时,财经应用文章的实用性,还表现在与拟制单位的经济效益息息相关。例如商业广告就是企业促进与扩大销售的重要手段,一段设计新颖、动人的广告词,有时会给企业带来巨大的经济效益。这种直接、明确的“实用性”是由财经应用文章的写作目的决定的,它是对财经应用文章的质的规定。

(二) 真实性

一切文章都要求真实。但文学作品所追求的真实是艺术的真实,它的材料虽来自生活,却又是经过艺术加工的。鲁迅先生说得好:这种真实是“不必是曾有的实事,但必须是会有的实情”(《什么是“讽刺”》)。财经应用文章的真实则要求材料翔实、精确,符合客观实际。例如文章所涉及的人和事,必须是真人真事,不能张冠李戴,去遮雾罩;总结的成绩、经验,必须真实可靠,恰如其分,不能弄虚作假,任意拔高;使用的数据必须反复核实,确凿无误。据拉法格回忆,马克思“引证的任何一事实成任何一个数字,都是得到最有威信的权威人士的证实的。他从不满足于间接得来的材料,总要找原著寻根究底,不管这样做有多麻烦。即令是为了一个不重要的事实,他也要特意到大英博物馆去一趟。”真实性是财经应用文章使用材料的规模之一,也是它的生命。我们在选用材料进行写作时,一定要学习马克思那种极端认真负责的精神。

(三) 专业性

财经应用文章的专业性,首先表现在它的内容紧密结合财经部门的各项业务活动;联系的财经工作,研究的是财经问题,传播的是财经信息,总结的是财经工作经验。总之,文章的内容

紧紧围绕“财经”二字,涉及到多方面的财经知识。其次,这种专业性表现为财经应用文章中广泛运用了各种专业术语。本书第三章第四节对此有具体介绍,此处就不详述。第三,这种专业性还表现为这类文章往往使用大量的数据或表格,通过一系列的数据与表格具体地显示出这个单位经营状况的优劣与成绩的大小,使人一目了然。

(四)规范性

文学类文章的生命在于独创,最忌讳结构与格式的雷同。财经应用文章则与此相反,在结构上有一定的规范(或称为“模式”);在长期的写作实践中,有的约定俗成,形成了一致遵守的习惯;也有的则以行政或法律程序,对其内容与格式作出明确的规定。例如国务院办公厅发布的《国家行政机关公文处理办法》对行政公文的文种与格式都有具体规定,任何作者都不得随意违反。经济合同中的各项条款必须认真填写,稍有缺漏或差错,就会造成损失。至于经济诉讼文书的写作要求则更为严格,所规定的各项内容均须认真填写,缺一不可。财经应用文章的这种规范性,既便于阅读与制作,又便于传递与管理。

(五)时效性

古今中外的一些文学名著,都是作家们千锤百炼,反复修改而成的。曹雪芹写《红楼梦》,“于悼红轩中,披阅十载,增删五次”。美国作家海明威的《老人与海》的手稿,在反复读了两百遍后才定稿付印。”以“推敲”故事闻名于世的苦吟诗人贾岛就曾称自己的诗作是“两句三年得,一吟双泪流”。作家、诗人们这种精益求精的创作态度历来为人们所津津乐道。但财经应用文章却不可能如此慢工细作,而应有强烈的时效观念。当今世界已步入信息时代,市场竞争激烈,情况瞬息万变。因此,写作财经应用文章必须迅速及时讲求时效,要快中求好,又快又好。否则,即使字字珠玑,但因时间耽搁,也会造成不必要的损失。同时,不仅要撰写迅速,而且要印发及时。为了提高财经应用文章的写作效率,

应该掌握电脑写作的技术。电脑写作较传统写作有无可比拟的优点。美国托夫勒在《第三次浪潮》中说：“目前一般工作需要五个步骤，草稿、定稿、复制、发文、归档。”今天，机器可把五步缩为一步。”

二、财经应用文章的作用

财经应用文章是财经信息的载体，它的作用总是和它的内容与写作目的密切相关的。根据本书所介绍的各个财经应用文种的具体内容与写作目的来看，财经应用文章具有以下几方面的作用：

（一）领导指挥作用

财经应用文章首先具有领导指挥作用。例如行政公文、规章制度等财经应用文章是有关财经工作的方针、政策与法律、法规的载体，党和国家以及各级政府都是通过反映这些方针、政策与法律、法规的文件的拟制、下达与贯彻实施来发挥其领导指挥作用的。而各种工作计划则是保证领导意图得到实施的具体方案，理应成为实际工作的指挥棒。

（二）联系协调作用

财经系统上下左右之间往来密切，财经应用文章不仅可以传递信息，沟通情况，加强联系，商洽业务，以协调多方面的关系；面且还可以介绍商品，引导消费，塑造企业形象。财经应用写作中的商务信函、简报、商业广告等文体充分发挥了这方面的作用。

（三）宣传教育作用

提高职工的整体素质是当简企业管理的一项重要任务，财经应用文章则是对职工进行思想品德教育的有效工具。如以介绍先进典型、推广先进经验为内容的工作总结、调查报告，以表彰先进、批评错误为内容的通报等文体，都可以起到上述的作用。