

商业应用文

赵晓峰 主编



中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

商业应用文/赵晓峰主编. —北京:

中国商业出版社, 1996. 5

ISBN 7-5044-2976-7

I. 商… II. 赵… III. 商业-应用文-教材

IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 08141 号

责任编辑:姜丽君

商业应用文

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

北京东华印刷厂印刷

1996年5月第1版 1998年7月第4次印刷

787×1092毫米 32开 10印张 222千字

定价:10.00元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

ISBN 7-5044-2976-7/G · 260

编审说明

国内贸易部部编中等技工学校商品经营、经营与核算系列教材,是为了更好地为我国社会主义市场经济建设服务,主动适应我国第三产业迅速发展需要,为培养现代化商业企业一代新人,由我司根据根据中华人民共和国国内贸易部、劳动部联合颁发的《中华人民共和国中级商业行业工人技术等级标准》和有关教学文件的要求,组织有关学校的高级讲师和长期在第一线任教的教师编写的。经审定,可作为国内贸易部系统中等技工学校教材,也可作为职业中学、中级技术等级培训教材和企业职工自学读物。

《商业应用文》是商品经营、经营与核算系列教材之一。由广西桂林商业技工学校赵晓峰任主编,柳州供销技工学校罗辉任副主编。参加编写的有广西桂林商业技工学校赵晓峰,柳州供销学校罗辉,邵阳市商业技工学校雷先顺,重庆第一商业技工学校冉光学,广州第一商业技工学校王国良。最后由有关专家、教授、经理集体审阅。

在编写过程中得到了许多学校领导,企业领导和教师的大力支持,在此一并致谢。由于编写时间仓促,水平有限,缺点疏漏在所难免,请广大读者提出宝贵意见,以便进一步修订完善。

国内贸易部教育司

一九九五年十月

目 录

第一章 商业应用文概述.....	(1)
第一节 商业应用文的概念、作用和特点.....	(1)
第二节 商业应用文写作知识	(12)
第二章 商业常用应用文体	(32)
第一节 商业常用条据	(32)
第二节 商业常用专用书信	(44)
第三节 商业常用特殊书信	(67)
第四节 其他商业常用应用文体	(81)
第三章 商业广告和商品介绍	(92)
第一节 商业广告	(92)
第二节 商品介绍.....	(105)
第四章 商业常用公文.....	(116)
第一节 公文的性质、特点和作用	(116)
第二节 公文的种类和格式.....	(122)
第三节 公文写作的基本要求.....	(133)
第四节 公文写作前的准备和起草修改.....	(137)
第五节 公文写作的注意事项.....	(143)
第六节 商业常用公文的写作.....	(151)
第五章 商业常用事务文书.....	(185)
第一节 计划.....	(185)
第二节 总结.....	(195)

第三节 简报·····	(205)
第六章 调查报告类文体·····	(212)
第一节 普通调查报告·····	(212)
第二节 市场调查报告·····	(220)
第三节 经济活动分析报告·····	(232)
第七章 规约·····	(242)
第八章 经济合同·····	(262)
第一节 经济合同概述·····	(262)
第二节 购销合同·····	(269)
第三节 加工承揽合同·····	(274)
第四节 承包经营责任制合同·····	(281)
第五节 租赁经营合同·····	(288)
第六节 借款合同·····	(292)
第七节 劳务合同·····	(299)
第八节 解决经济合同纠纷的途径·····	(310)

第一章 商业应用文概述

第一节 商业应用文的概念、 作用和特点

应用文是单位或者个人处理公务和日常事务，解决实际问题、经常使用的、具有一定惯用格式的文体。它也是我们工作学习生活中使用得最多的一种文体。一个人在小学、中学阶段，学得最多的是各类文学体裁，如散文、诗歌、小说、戏剧等。而步入社会之后，运用得多的却是应用文体。这是由我们的工作、学习、生活等诸方面的实际需要所决定的。例如工作中有事或有病就要请假，请假要写请假条；在经济活动中，借用对方钱物，要给对方写借条；学习工作前要制订个计划，结束后要写个总结；重要会议结束后要发个会议纪要；外出联系工作要写张介绍信；向上级反映情况，请求解决某个问题常要写个报告；平时有事，或为增进感情，加深了解，经常要写信；有急事要办而又不能打长途电话时，常要拍发电报等等。这些都是我们平常用到的一般应用文体，它跟我们的社会生活有着密切的关系。

应用文不是今天才突然产生出来的，它是伴随着文字的出现而出现，是随着人类社会实践和社会生活的发展变化而

不断发展变化的。1899年在我国安阳小屯村出土的“甲骨卜辞”，就是应用文的雏形。它是我们迄今所知的最原始的应用文形式。因其内容多是记载殷王室统治者向天行事，占卜凶吉的情况，所以在文书史上又称为“甲骨文书”。在“甲骨文书”之后，商朝出现了“金文文书”（又叫“钟鼎文”）。“金文文书”的内容多是与祀典、赐命、契约等有关的记事。在商代的后期出现了以竹片和木板为书写材料的“简册文书”。到了西周王朝时期，出现了“诰”、“誓”、“命”等应用文体，文体的结构形式也比以前复杂。春秋战国时期，原来西周时期使用的“诰”、“誓”、“命”发展变化为“檄文”、“移书”、“盟书”、“玺书”等新形式。进入了封建社会后，人们的社会活动和社会生活更为复杂丰富，应用文也进入了一个新的发展时期。如秦汉的“制”、“诏”、“策”、“戒”、“表”、“章”、“奏”、“疏”，隋唐两宋的“敕”、“批”、“诰命”、“御札”、“贴”、“启”、“申状”、“咨报”，元明清的“告示”、“敕命”、“诏”、“谕”、“旨”、“奏章”、“条陈”、“书”、“题”、“照会”等，都是当时的应用文体。应该特别说到的是，我国古代一些流传甚广，脍炙人口的古典文学作品，实际上就是当时的一种应用文体。如李斯的《谏逐客书》、司马迁的《报任安书》就是书信；晁错的《论贵粟疏》、贾谊的《论积贮疏》就是建议书；诸葛亮的《出师表》、李密的《陈情表》就是报告，诸如此类的还可以举出很多。它们大量的散见于古代散文及大量的象赞、序、祭文、碑记、墓志之类作品中，给我们留下了千古名篇。在我国革命和建设时期，领袖人物的不少著名作品，实际上也是一种应用文。如毛泽东同志的《湖南农

民运动考察报告》、《中国人民解放军宣言》、《敦促杜聿明投降书》、《向全国进军的命令》，以及指挥辽沈、平津、淮海三大战役的电报等。散见于《毛泽东选集》一至四卷里的应用文就有六十五篇，占 41.1%。在两本《陈云文选》中，应用文有 37 篇，占 34.2%。在《邓小平选集》第一卷、第二卷中，也有着许多应用文。随着我国社会主义革命和建设的不断发展，改革开放的不断深入，应用文必将更加深入到我们的社会生活中，成为我们社会生活中的重要文体，为促进我国社会主义革命和建设事业发挥更大的作用。

应用文从古到今，发展成现代应用文，经历了一个漫长的历史阶段。在这个历史阶段中，一些常用的，通俗易懂的，浅近明白，简单方便的应用文体得到了流传，而一些与此相反的应用文体则逐渐消亡。旧的不能适应新的社会生活的应用文体和表达方式消亡了，新的应用文体，新的表达方式又随着新的社会生活的需要产生出来，这是应用文发展的一般规律。

随着社会的前进，现代社会生活的条块划分也越来越明显，社会生产领域分工也越来越细。为了适应这种需要，应用文也出现了许多分支，如商业应用文、旅游应用文、司法应用文、财经应用文、军事应用文，涉外应用文等等。它们既有共性，又有个性，在应用文的总体要求下，又具有各自的具体特点和要求。

商业应用文是应用文的一个分支，是商业工作者和有关人员商业管理和商业活动中，在处理事务、交流情况、传递信息和总结经验等过程中，经常使用的，具有一定惯用格

式的专用文体。

商业应用文是商业领域中运用最为广泛的一种文体。它在整个商业管理和商业活动过程中不仅使用面最广，而且使用的频率也最高，与商业工作者有着十分紧密的关系。在我国进入社会主义市场经济时期，在改革开放的形势下，人们更是时时处处要用到商业应用文，用于对内管理，对外联系、宣传、交流和经济交往。例如，为了强化商业内部管理，需要制订各种“条例”、“制度”、“规则”、“要求”；为了顺利完成某项工作，达到预期目的，取得最佳效益，需要制订各类“计划”；工作完成之后或暂告一段落，需要及时进行“总结”；为了开拓新的市场，事前常要进行调查，写作“市场调查报告”、“市场经济活动分析”、进行“市场前景预测”；为了宣传商品，占领、巩固市场，扩大产品知名度，需要做“商业广告”或“商品介绍”；为了使原材料、成品的产、供、运、销各环节紧密相连，使生产有计划顺利进行，提高经济效益，就要明确法人之间的责权利等义务关系，这就需要订立各种“经济合同”；在商业工作中还需经常运用各种“条据”、“公务文书”等来处理和安排商业事务，因此，我们可以说商业应用文已深入到商业工作的方方面面，是我们商业工作中的一种特殊的语言和重要的表达形式。有鉴于此，我们每一个商业工作者都必须了解、熟悉商业应用文的有关知识，正确运用商业应用文，服务于社会主义现代化建设，在社会主义市场经济中大显身手。

商业应用文在商业管理和商业活动中有着十分重要的作用，具体表现在以下几个方面：

一、桥梁作用

桥梁是连接两岸的建筑物。我们这里说商业应用文有着桥梁作用，是一种比喻的说法，是指它能够起到一种沟通作用，即把商业部门或商业活动中上级与下级之间，平级之间的关系联系、情感、信息要求等方面沟通起来。例如，甲方到乙方联系工作，常要写个介绍信，这个介绍信就把甲乙双方的工作关系沟通了；出差在外地，要同本单位联系，常要写信或拍电报，这信或电报就把双方沟通了；上级机关对下级机关要指示工作、发布命令、传达精神、制订法规等，常要下发公文，即我们常说的文件，这个文件就把上下级的关系沟通了；反过来下级要向上级反映情况、汇报工作常要写请示、报告之类的应用文，这里的请示、报告就把下级与上级的关系沟通了；下级机关完成了某项工作，或工作告一段落，就需要进行总结，把总结写成文章上报，上级机关就通过这个“总结”，了解和掌握整个系统的工作情况，指导下面的工作。这个“总结”对上级机关了解和掌握下面的工作情况，就起到了“桥梁作用。两个单位或部门为了一定的经济利益；签定经济合同，这个经济合同就反映了两个单位的利益要求，把单位间的经济利益连在一起了，诸如此类的例子，还可以举出很多。总而言之，上下左右，四面八方都会因工作或利益发生各种联系，而应用文就是沟通各方面的渠道，是架在双方的“桥梁”。

二、工具作用

一般来说，工具是进行生产劳动时所使用的器具。我们这里说商业应用文具有工具作用，是一种比喻的说法，说的是，商业部门有时为了达到一定的目的而必须运用商业应用文这一特殊“工具”方能奏效。在社会主义市场经济竞争激烈的情况下，各商业部门为了在竞争中站稳脚跟，常常从加强内部管理入手，以提高经济效益。要加强内部管理，就需要制订各种管理条例、规章制度，这些条例、规章制度就是为了获取经济效益搞好管理的工具；为了开拓市场，生产或销售新商品，在采取行动前往往需要进行“市场调查”、“市场预测”收集市场信息，并付诸商业实践中去，商业应用文就成了各种商业信息收集应用的工具；为了宣传产品，打开销路，商业企业和部门常要做商业广告，使自己的产品为消费者所接受，这个商业广告就是叩开消费者大门的工具。对商业部门的党政主管领导机关来说，商业应用文是他们管理下属党务、事务的重要工具。他们通过各种形式的商业应用文体，传达党和国家的方针、路线和政策、传达主管领导的命令、指示和要求。主管领导如果没有商业应用文这个工具，领导工作是难以顺利进行的。由此可见，商业应用文的工具作用是十分明显的。

三、依据作用

就一个商业部门来说，各种商业应用文体常常是处理问题、办理公务的重要依据。如商业部门对企业职工的奖、惩、

聘、退，常常是依据上级颁发或本单位制订的有关条例、法规执行的，商业部门要采取的重要措施和行动，常常要写成报告或请示等应用文体，得到上级的批准或批复，才能付诸行动，这些应用文就是商业部门行动的依据。对内如此，对外也一样。如商业部门之间或商业部门与其它部门之间，为了各自的利益，经共同协商签订了经济合同，这个经济合同就是双方办事的依据。当双方都依据合同办事时，互相都能获得预期的经济利益。双方也相安无事。当一方违背合同时，双方就会产生经济纠纷。上级或司法部门处理这种经济纠纷，进行仲裁时，双方签订的经济合同，就是处理这种纠纷的主要依据。

特别应该指出的是，商业应用文的依据作用并不仅限于某一段短暂的时间、某一件具体的事情，它往往带有一定的普遍性，有的适用于一个较长的时期。一些重要的商业应用文经有关人员的整理、分类、编号、存档，就成为单位的档案资料。这些资料常常是在一定时期内，领导或工作人员指导工作、处理问题，协调行动的重要依据。它具有合理、合法的特性，在具体行动中往往不能超出它的要求和规定，否则，就会犯错误。当某些应用文过了使用期限，它仍具有一定的研究作用，从中可以了解当时的一些基本情况，看出内容发生变化的轨迹。从中受到启发，为我们研究当时的历史和现状提供依据。

商业应用文是在一般应用文的基础上，结合商业部门的实际情况形成和发展起来的，它是以商业部门管理和商业活动为主要内容的一种应用文体。因此它除了一般应用文体所

具有的共性外，还具有自己的个性，主要表现在下面几个方面：

（一）实用性

商业应用文具有很强的实用性，这是由商业应用文的工具性特点所表现出来的。因为任何一种工具都有实用价值。商业应用文的实用性主要表现在它是根据商业部门管理和商业活动的实际需要，为解决工作中的实际问题而写作的，是直接用来办理商业事务的。如商业部门经常使用的条据，就是专为办理某件事情而写作的。不是为了借钱、物决不会去写借条；不是欠有对方的钱物，也决不会去写欠条。商业广告、调查报告的写作也是如此。如果不是为了推销、宣传、介绍产品，商业部门决不会自己花钱去帮外单位产品做广告。如果不是为了摸清市场行情和发展趋势，商业部门也决不会花费大量的时间、人力、物力、精力去搞社会调查，写作“市场活动分析”、“市场调查报告”。下级因为有具体事情或问题要向上级反映，就会写作报告；同样，上级有什么指示、决议、决定等，就会向下级下发公文。这些应用文体无一例外，都是直接用来办事的，用来管理和参与商业活动的。这里应该提到的是，既然商业应用文有着很强的实用性，那么我们在写作商业应用文之前，首先应考虑到是否有写作的必要，是否有写作的价值。对于那些能用口头语言来代替的，可写可不写的内容，就不必专门去写作了，以免造成人力物力的浪费，也避免了商业应用文的滥用。

（二）真实简明性

商业应用文的真实简明性是就其本身的内容和形式两方

面来说的。从商业应用文的内容来说，必须做到真实、准确、没有差错。一要符合事实的真象，即写进应用文中的人物、时间、地点、事件的前因后果，数量的多少等，都要与事实相符合，表达、说明要准确、实事求是；二要符合方针政策真实，即文中涉及到有关文件及其精神必须确有其事，确有其文，有文件可查，来龙去脉一清二楚。如属于自己理解的，必须有所说明和交代，做到理解正确不走样。

从商业应用文的形式来说，语言必须简单、明了，表述不能啰嗦、模糊。同样表述一件事情，文学作品用的是叙述式的语言，详尽地描写、述说，办求绘声绘色。而商业应用文则尽量用的是概括式的语言，力求用尽可能少的文字来说明一件事情，一个问题。结构也要求尽可能一目了然，能用一个段落的不用两个段落，能用表格式的，不用叙述式。之所以这样，是由商业工作的特性所决定的，因商业部门比一般部门更注重经济效益。对于商业部门来说，时间就是效益，时间就是金钱，他们不可能也不愿意花费大量的时间来制订和阅读一份表意不简明的商业应用文，他们讲究的是实际，讲究的是效率。在市场竞争激烈的今天更是如此。

（三）经济目的性

如果说其他领域的某些应用文或许会带有一点经济目的性的色彩的话，那么对于商业应用文来说，经济目的性这一个性特点却表现得十分明显，十分突出。我们知道，商业部门工作的主要目的是“发展经济，保障供给”，争取实现两个效益，即社会效益和经济效益。在社会主义市场经济迅速发展的今天，这两个效益更是显得十分重要。它们既互相独立，

又互相依存，相互促进，如果认为现在搞的是市场经济，商业部门只要讲经济效益就行了，那么商业工作就不能很好地为社会服务，不利于社会的稳定，商业工作就会走到邪路上去；但是如果认为，社会主义商业部门就只能讲社会效益，不能讲经济效益，那么商业部门本身就不能得到发展，就会缺少进一步发展的能力，也就不能保证社会效益的实现。就其商业工作的根本目的来说，则是为了提高经济效益，从提高经济效益中体现出社会效益来，无论是对其本身或对社会来说都应如此。商业应用文就充分地表现了这一经济目的性。比如商品广告和社会宣传广告就很不相同。商业广告就其内容来说，主要是宣传介绍商品的，让人们了解商品，其根本目的是为了推销商品，从中获得经济效益。商业部门花费少量的钱做广告，目的是为了获得数倍的收益，且收益越大越好。而社会宣传广告就不同，它往往是由政府或下级宣传部门自己花钱制作的，内容主要是宣传精神文明，不可能直接获取经济回报。又如商业部门内部的各项管理条例，就是为了通过加强内部管理，来提高劳动生产率，获得最好的经济效益的，再如签订“经济合同”的双方都是为了各自的经济利益走到一起来的。无论甲方或乙方，都是要通过经济合同的完成，来实现自己的经济目的。因此，我们可以说，商业应用文在商业管理和商业活动中有着明显的经济目的性的特点，这一特点贯穿在商业部门的宣传、组织、指导、经营、服务等过程中。

（四）时效性

商业应用文的时效性主要表现在两个方面：一是指商业

应用文的写作和使用上是有着一定的时间限制的。特别是在市场经济竞争激烈，变化迅速的今天更是如此。为了适应市场的变化，需要及时写出商业应用文，迅速调查市场和调整市场策略，把握发展趋势，争取主动地位；为了适应市场的新要求，须不断变动、调整组织形式和管理方式，制订出新的管理条例。在写作上要求及时、快捷。在使用上，同样也有时间限制，每种商业应用文的内容都是在特定的形势和特定的环境下，为适应当时的需要而写作出来的。因此当这种情况发生变化的时候，原有的商业应用文的内容也就不能适应这种情况了，它的使用期限也就到了。在现在这种高效率、快节奏的社会环境下，商业应用文的使用期限将会不断缩短。二是指商业应用文的时间和效益结合比较紧密。商业应用文的根本目的是为了获得经济效益，这种效益和时间常成一定的比例关系。如商业广告的播放和刊登，时间越长，花费越大，但一般情况下效益也会成比例增大。经济合同中双方的经济效益是在合同规定的期限内实现的，超过了这个期限，效益就会减少，或难以实现。在商业应用文的写作和使用的过程中，我们可以从多方面看出商业应用文的时效性这一特点。

思考与练习

1. 请谈谈一般应用文和商业应用文的异同。
2. 举例说明商业应用文的依据作用。
3. 我们应怎样正确理解商业应用文的经济目的性？

第二节 商业应用文写作知识

关于商业应用文写作知识，我们在中学时代就断断续续、零零星星地接触过，但它毕竟缺乏系统性和全面性，特别是对公文文书、事务文书的具体写法和要求知之甚少。现在我们将商业应用文写作作为一门独立的、专门的学科来进行研究和学习，对于指导我们今后从事商业工作是很有帮助的。

本节对商业应用文写作知识的介绍，是从宏观方面来述说的，是针对全书所有章节各种商业应用文体的共性而言的。其各种商业应用文体的具体写法和写作要求均散见于其他章节之中，故此不作介绍。现在就其共性的、最基本的写作知识简述如下：

一、观点

（一）观点的含义和特点

什么是观点？广义地说，观点是人们对事物的看法和见解。狭义地讲，观点是作者在说明问题、发表主张或反映社会生活现象时通过整篇文章内容表现出来的一种态度、意见和看法。

观点的形成来自现实生活。它是作者通过对现实生活各种现象的观察、体验、调查、搜集和长时间分析研究及反复提炼的思想结晶，它既客观地反映现实生活本身所蕴含的客观含义，又集中体现出作者对所反映的客观事物的认识、理解和看法。