

高级营业员培训系列教材

商业应用写作

陈少夫 主编



中国财政经济出版社

高级营业员培训系列教材

商业应用写作

陈少夫 主 编

刘金良 副主编

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商业应用写作/陈少夫主编. -北京: 中国财政经济出版社, 1995

高级营业员培训系列教材

ISBN 7-5005-2881-7

I. 商… II. 陈… III. 商业-应用文-写作-职业教育-教材 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (95) 第 12566 号

中国财政经济出版社出版

社址: 北京东城大佛寺东街 8 号 邮政编码: 100010

北京印刷二厂印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 32 开 11 印张 224 000 字

1996 年 3 月第 1 版 1996 年 3 月北京第 1 次印刷

印数: 1-15 030 定价: 10.50 元

ISBN 7-5005-2881-7/H·0024

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

编写说明

为适应商业发展、技术进步和加强劳动管理的需要，国内贸易部、劳动部联合颁发了中华人民共和国商业行业工人技术等级标准，并强调要逐步完善培训、考核制度。根据上述要求，由山东省商业厅倡议，上海、广东、江苏、浙江等省市商业厅（局）热情支持并积极参加，组织编写了高级营业员培训系列教材。本系列教材以两部联合颁发的商业行业工人技术等级标准中所规定的知识要求和技能要求为依据。在内容上力求简明扼要，适合高级营业员的实际情况。

《商业应用写作》是《高级营业员培训系列教材》之一。由陈少夫任主编，刘金良任副主编。参加本书编写的有：广东省商业学校高级讲师陈少夫，山东省商业学校高级讲师刘金良，广东省商业学校高级讲师张振昂；上海市商业会计学校讲师乔刚，广州市第一商业中专学校讲师王国梁，广东省商业学校助理讲师李小燕。

本书由于编写时间仓促，水平有限，缺点疏漏在所难免，望广大读者提出宝贵意见，以便进一步修订完善。

编者

1995年6月

目 录

第一章 概 论	(1)
第一节 商业应用写作与商业应用文	(1)
第二节 商业应用文的特点	(2)
第三节 商业应用文与应用文的分类	(4)
第二章 商业应用文写作基本要求	(6)
第一节 观点要正确、鲜明	(6)
第二节 材料要真实、典型	(7)
第三节 结构要合理, 格式要规范	(8)
第四节 语言要明确、平实、简约、得体	(9)
第三章 公 文	(15)
第一节 公文的概念、特征和作用	(15)
第二节 公文的种类	(22)
第三节 公文的格式	(84)
第四节 常用公文的撰写方法	(97)
第四章 事务文书.....	(127)
第一节 计 划.....	(127)
第二节 总 结.....	(141)
第三节 调查报告.....	(153)
第四节 规章制度.....	(167)

第五节 商务信函.....	(189)
第五章 专业文书.....	(202)
第一节 市场信息.....	(202)
第二节 市场预测报告.....	(214)
第三节 商业广告.....	(223)
第四节 商品介绍.....	(240)
第五节 招标书与投标书.....	(254)
第六节 经济合同.....	(269)
第七节 经济活动分析报告.....	(283)
第六章 日用类文书.....	(294)
第一节 条据.....	(294)
第二节 书信.....	(298)
第三节 海报、启事、声明.....	(320)
第四节 电报.....	(326)
第五节 新闻.....	(328)

附录一：关于出版物上数字用法的试行规定

附录二：度量衡换算表

第一章 概 述

第一节 商业应用写作与商业应用文

应用写作，实际上是指应用写作学，即是研究和指导应用文写作的一门学科。应用文，是指同记叙文、说明文、议论文不同的一种文体。它是党政机关、企事业单位、社会团体以及人民群众在日常工作、生产和学习中办理公务及个人事务，或沟通关系所使用的具有直接实用价值、使用惯用格式的一种文书。这两者既有区别，又有密切联系：应用文要建立起一门写作学来进行指导、研究、提高；应用写作学即离不开应用文作研究、指导的对象。两者相辅相成，相得益彰。

商业应用文，是应用文中的一个分支，它是跟随着商业的产生和发展而形成的商务活动专用文书。商业应用写作，就是研究和指导商业应用文写作的学科。

作为商业应用文，与一般应用文既有共同之处，也有它独特的地方。共同的有公文、机关事务文书、日用类文书等等；独特的有商业广告、商品说明、商品介绍、购销合同、市场调查报告、市场预测报告、招标书与投标书、经济活动分析等等。

商业应用文同商业企业以至每个营业员的关系都十分密切。它不仅直接为商品流通服务，而且还作为无形资产，在促进着商业企业经济效益的增长。因之，商业应用文已成为商业企业在经营管理中，沟通关系、处理事务、传递信息的重要工具。例如，商品的购进，需要签订“购销合同”；为了打开商品销路，激发消费者的购买欲望，促进销售，需要写“商品广告”、“商品说明”、“商品介绍”；为了按客观经济规律办事，分析企业经营管理的情况，及时总结经验教训，需要写“市场调查报告”、“市场预测报告”、“经济活动分析报告”等；商场的柜组，每月要进行盘点，在清帐查库盘点后，需要对商品金额和数量的损溢情况上报，需写“情况反映报告”或其他有关材料。总之，商业应用文在商品流动的购、销、调、存每个环节都是不可缺少的。

第二节 商业应用文的特点

要认识商业应用文的特点，首先要认识和理解应用文的特点。

应用文的特点，是同记叙文、说明文、议论文相比较而言的，其特点有三：

其一，应用文在内容上具有明确的实用性。

应用文不同于文艺作品，不同于动人以情的记叙文，也不同于给人以知的说明文，不同于晓人以理的议论文，它是为了处理事务、沟通关系，办实事而写作的文章，内容务实，对象具体，要求明确，讲求实效。应用文的实用性集中表现

为和具体工作事务相联系的事务性，比如规划未来，总结过去，表达愿望，申述理由，告晓事情，作出决定，反映情况，交流信息，上传下达，等等。

其二，应用文在形式上表现为有规定的程式性。

文艺作品、记叙文、说明文、议论文，除了要具备各文体的基本特点和要素之外，没有任何固定的格式和处理程序，全由作者自由创作。但是应用文，却有一定的程序和格式要求。

程序，是指按规定的步骤进行。如公文的交拟、拟稿、核稿、会签、签发等程序；经济合同须经过要约、谈判、拟稿、公证等步骤。

格式，是指按规定或约定俗成的规范。如公文的格式，应按国务院办公厅在《国家行政机关公文处理办法》中规定的格式办理；经济合同的格式，应按工商行政管理部门的规定办理；书信、电报的格式应按邮电部门的规定办理；凭据的格式应按财会部门的规定办理。不按规定的格式办理，办事就可能出现差错，甚至造成损失。

其三，应用文在使用上具有特定的阅读对象。

文艺作品、记叙文、说明文、议论文，只要读者愿意，有时间，有一定的阅读能力，无论何时何地均可自行阅读。但是应用文却不一样，它的读者是特定的，就是说，不是特定的读者不能阅读。例如公文有特定的受文单位，书信有特定的收信人。

商业应用文与一般应用文比较，它除了具有一般应用文具有的特点之外，还具有浓郁的行业气息。商业应用文在商

务活动中产生，为商务活动服务，又在商务活动中进一步发展，不断涌现新的文种。

第三节 商业应用文与应用文的分类

应用文是人类社会，由于生产、生活的需要而产生的，其内容与形式也在随着社会的发展和进步而不断地完善着。社会愈进步，应用文便愈加发展，其内容愈来愈丰富，应用范围也日益广泛。应用文的种类，随着社会分工和各行各业的业务不同，将会形成各具特色的分支。随着社会主义市场经济的建设与发展，商业应用文的使用日益广泛，种类也日见增多。今天，新的应用文不同文种在不断增多，其分类，尚难统一划分。但是，为了方便把握文种及其特征。我们提出将应用文分为四大类：一是公务文书（即公文），二是事务文书，三是专业文书，四是日用类文书。

一、公务文书（公文）

根据国务院办公厅1993年11月21日修订的《国家行政机关公文处理办法》规定，公文种类为十二类十三种。

二、事务文书

事务文书包括“计划”、“总结”、“调查报告”、“简报”、“规章制度”、“会议记录”等。

三、专业文书

中庭甜

专业文书是指社会上各行各业所使用的专用文书。例如外交文书、司法文书、军事文书、公安文书、科技文书、经济文书，等等。

本书将要介绍的专业文书为商业文书，包括商业广告、商品说明、商品介绍、市场信息、市场预测、市场调查、经济活动分析、招标书与投标书等。

四、日用类文书

这类文书范围很广，文体很多，包括条据、书信、启事、海报、声明、电报、新闻等等。

思考与练习

1. 什么是应用写作？什么是应用文？两者有什么区别？又有什么联系？
2. 说说商业应用文在商业活动中所起的作用是什么。
3. 结合自己的工作实践，说说应用文的三个特点。
4. 用列表的方式，写出应用文的分类情况，然后熟记这些应用文。

第二章 商业应用文写作基本要求

商业应用文是人们在商务活动中据以办事的工具，因此商业应用文写作的基本要求是：观点要正确、鲜明；材料要真实、得当；结构要合理，格式要规范；语言要明确、平实、简约、得体。

第一节 观点要正确、鲜明

商业应用文的观点必须正确。观点不正确便不能据以办事；如果强行办事，便会导致失误，甚至犯下大错。观点正确，一是指所确立的观点符合党的方针、政策，符合法律、法令和规章制度，二是指符合文中介绍的实际情况。因此，我们撰写商业应用文，应该从客观存在的事实出发，详细地占有材料，用辩证唯物主义的观点和方法进行分析、综合，从这些材料中引出正确的观点来。

商业应用文的观点还必须鲜明。鲜明，是指提法要准确，切忌似是而非，模棱两可。文中反映出来的基本思想、基本态度明确，赞成什么，反对什么，肯定什么，否定什么，哪些应该发扬，哪些应该纠正，都要表述得清清楚楚，毫不含糊。

第二节 材料要真实、典型

材料是商业应用文的具体内容，也就是作者为了表明观点，从客观现实中搜集、摄取并写入文章的一系列事实或论据。比如具体的事例、数据、引语等。

材料与观点的关系十分密切。观点要借助材料来体现，材料必须依据观点来组织。这就是观点和材料的统一。

因此，材料必须真实。商业应用文的实用性决定了其写作必须实事求是，文实相符。就是说，所使用的材料，包括数字、事例、引文都必须真实可靠、准确无误，完全符合实际。因此，要求在使用材料时，必须对材料进行认真的查证、核实和严格的选择，不能粗心大意，更不能凭空想象。

选用材料，还要注意得当。得当，就是不偏不倚，不多不少，刚刚合适。选用材料得当有三个要求，即材料具有典型性和代表性，能为观点服务。

材料能为观点服务。先占有充分的材料，而后形成观点，但是，观点一经形成，则要根据观点的需要来决定材料的取舍。取舍材料的原则是：必须选取能表现观点、支撑观点的材料，凡是与观点无关或关系不大的材料，应坚决舍弃。

材料具有典型性。所谓具有典型性的材料，就是指那些最能说明本质和特点，具有最强说服力的材料。这是选用材料方面的质的要求。

材料具有代表性。这是从选用材料方面的从数量上的要求。就是说，选材贵精，凡是能用一个材料能说明问题的，就

不用两个。选用具有代表性的材料，可以避免重复、冗长。

第三节 结构要合理，格式要规范

一、结构要合理

结构是指把观点和材料安排成一个有机整体的一定的组织形式，即通常说的“文章架子”。商业应用文的结构，其方式多样：有的同其他文章一样，在结构上有共同之点，如开头和结尾，层次和段落，过渡和照应，详写与略写；有的又有其特殊的结构内容，即开头、主体、结尾。

所谓结构要合理，就是依据行文的实际需要，采用相适应的结构方式。

二、格式要规范

商业应用文的结构，除了上面说的结构内容（内部特征）之外，还有比较明显的外部特征，这就是比较固定的格式。但是，由于商业应用文种类繁多，具体格式各有不同要求。有的是约定俗成，在长期的使用中形成了惯有格式。为了提高办事的准确性和办事的效率，我们撰写应用文必须依照规定的格式，符合规范要求。例如公文的格式，必须按《国家行政机关公文处理办法》的规定，严格执行。

第四节 语言要明确、平实、 简约、得体

应用文在长期的使用过程中，形成了自己独特的朴素文风。述事贵求实、周全，说理贵平实、严谨，说明贵质朴、明快；宜直笔叙述，选用平易、通俗的词语。在语言运用上逐步形成了一种独特的体式，叫做事务语体。事务语体以记述为特征，以实用为目的，所以不着意追求语言的艺术化，也不以语言的生动性为主要标准，它要求语言明确、平实、简约和得体。这成为它同记叙文、说明文、议论文不同的语言特点。

一、明确

明确就是表达明白清楚，准确贴切，数字运用准确、规范，做到不产生歧义，不引起误解，能够使人们看了就懂，并可以付诸实践。叶圣陶先生曾经说过这样一段话：“公文一定要好文章，可是必须写得一清二楚，十分明确，句稳字妥，通体通顺，让人家不折不扣地了解你所说的是什么。”例如：有份通知这样写着：“今天下午在学校舞厅举行卡拉OK总决赛，请参赛者准时参加。”通知上的时间就不明确，“下午”，13点到18点都可以算下午，而且要求参赛者“准时”，岂不成了笑话。因此，为了做到明确，对内容有关的时间、地点、范围、条件等，必须表述周密。例如：

1. 合营企业为有限公司。双方投资比例为7：3，即甲方

10%
占 70%，乙方占 30%。总投资 140 万美元，其中：甲方 98 万美元，乙方 42 万美元。

2. 技术工人按初级、中级、高级顺序考核晋升（实行八级制的行业工种，逐级考核晋升）。初级工晋升中级工实践期为四年，中级工晋升高级工实践期为五年，技术能力明显高于本等级的优秀者可提前考核晋升。

这样表述，就使要说的内容，清楚、明白、无歧义地说出来了，办起事来便不致引起误解。

此外，还要注意正确运用与表达各种数量概念。应用文写作会涉及到许多数量概念，如绝对数、相对数、平均数、对比数、百分数，以及表示程度、范围、频率、时间、条件的概念等，这些概念的运用，既要准确，又要符合规范。国家语言文字工作委员会等七个单位公布了《关于出版物上数字用法的试行规定》（见“附录一”）为数字书写的规范化提供了依据。另外，有些量的概念要注意符合国际通用标准，使用时可参照《度量衡换算表》（见“附录二”）折算。

二、平 实

什么是平实？平实就是平淡无奇，朴实不虚浮。其特点是不用或少用形容词之类的附加成分，不用或少用比喻、夸张之类的积极修辞方式，而是老老实实在地叙述事实、铺陈景物、解剖事理。例如：

1. 遵守劳动纪律，严守操作规程，坚持文明生产，完成生产实习任务。

2. 举止文明、礼貌，态度和藹，谈吐文雅。

这样的表述，不事藻饰铺陈、浓妆艳抹，不追求结构新颖、波澜起伏、穿插呼应等技巧，而着力于通俗易懂，庄重大方，恰如其分，公正平和，意尽言止。

古人说：“文章不难于巧，而难于拙（朴实无华）；不难于细，而难于粗（抽象概括）；不难于曲，而难于直（直截了当）；不难于华，而难于质（内容质朴）。”可以说，这是对事务语体平实风格的概括。

三、简 约

什么是简约？简约就是叙事简明完备，约而不失一词；说理精辟透彻，简而不遗不缺；既不冗长累赘，又不能言不及义。这就是开门见山，直截了当，实话实说，不绕弯子，不穿靴戴帽，不短话长说，不故弄玄虚，不娇柔造作，而是力求言辞简明扼要，不蔓不枝，干净利索地表达。例如：

1. 我公司经市计委（1987）83号文件批准，兴建一幢办公营业大楼。……

2. 我站最近同东方村签订了协议书，解决了长期遗留的山地及树木归属问题。现将情况报告如下：……

这样的语言确实简约，无一字多余，意思表达清楚，干净利索。

为适应言简意赅的要求，应用文往往使用某些文言词语。如“兹将”、“业经”、“悉”、“特此”、“届时”、“为荷”、“莅临”等等。切实弄清这些文言词语的含义和用法，正确地使用它们，不仅能收到白话所不能有的表达效果，而且给应用文平添了几分凝重的色彩。正确地使用这些术语，当然首先