

新 编 经 济 写 作

new economic writing 主编 / 江冰 副主编 / 廖丽霞 王文捷

广东人民出版社

新编经济写作

Economic Writing 主编 / 江冰 副主编 / 廖丽霞 王文捷

广东人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新编经济写作 / 江冰主编. — 广州: 广东人民出版社,
2005.3

ISBN 7-218-04842-0

I. 新... II. 江... III. 经济—应用文—写作
IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 008954 号

责任编辑	陈娟
封面设计	邓小童
责任技编	李穗成
出版发行	广东人民出版社
印 刷	肇庆市科建印刷有限公司
开 本	850 毫米×1168 毫米 1/32
印 张	14.75
插 页	1
字 数	40 万字
版 次	2005 年 3 月第 1 版 2006 年 7 月第 3 次印刷
印 数	6000 册
书 号	ISBN 7-218-04842-0/H·116
定 价	36.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与出版社 (020-83795749) 联系调换。

(售书热线: 020-83780517 020-83794727)

前言

经济写作是高等财经学院一门与专业课程密切联系，兼具理论性和实践性品格，同时具有很强操作性的重要基础课程。它的研究对象，是经济活动中常见的各种经济文体的特点和写作方法。在大学写作教学中，经济写作是应用写作的一个分支，它是以经济生活为反映对象，在经济活动中具有实际使用价值与直接效用的文书写作。

一、高级商务人员必须具备的基本素质

现代社会的一大特点即是公共空间扩大，现代商务活动的迅速发展也从一个方面加速了这种空间的扩大。中国有句成语：“熙熙攘攘”，出自《史记·货殖列传》：“天下熙熙，皆为利来，天下攘攘，皆为利往。”说的就是商业活动，形容人来人往，非常热闹。商务交往自然离不开人际关系、人际交往。交往一靠语言，二靠文书。可以说，现代商务活动离不开商务文书，离不开经济应用写作。

商务文书用途极其广泛，无论是国际贸易、商务交往，还是国与国、个人与个人、企业与企业的商务活动，都离不开磋商买卖交易的文本，明确权利义务的合同。文书质量的高低直接影响商务活动的成败，直接关系到商务目的有效达成。当然，在面对面交流的商务活动中，口头表达也是十分重要的，但正如国外学者所研究的那样，一个优秀的推销员，可以因为口才而给客户留下良好的印象，但最终决定生意是否成功的，往往不是看你的口才，而是你留下的文书，以及在商务联络中的文字表达。文本本身时常能够给客

户留下更为长久的印象，通畅的书面交流会大大推进交易的进程。

这里还有一个恪守规范与自由创造的问题。商务文书重规范，讲格式，但文体不同，写作上也存差异，比如广告文案、策划文案，就可以有一定规范中的自由创造。优秀的商务人员善于转换，静若处子，动如脱兔。恪守时，老老实实，循规蹈矩；自由时，海阔天空，自由翱翔。关键是根据经济活动的需要，充分发挥个人的创造力。

可以说，掌握经济写作，是每个从事商务工作的人，尤其是作为商学院毕业生的高级商务人员必备的基本功。

二、杰出的表达往往可以抢占先机

任何事业有成者，应当具备两个本领：悟道与传达。前者是创造性的，有所创新的思想，相当于科学技术上的发明，哲学宗教上的全新观念，比如广东韶关南华寺出现的禅宗大师——惠能和尚，被现代学术界誉为“岭南文化大家第一人”。惠能是一个传奇人物，本为一介樵夫，终生不识一字，却以一首“菩提本无树，明镜亦非台；佛性常清静，何处有尘埃”的悟道诗，印证了佛学的空灵，在数百僧人中脱颖而出，获祖师认可而成为禅宗六祖。在一次聚会中，惠能更是以“不是风动，不是幡动，仁者心动”之语，语惊四座，进而奠定其一代宗师的地位。

我想，惠能和尚虽不识字，却已悟出佛教真谛，并用一首诗，几句话形象透彻地传达给祖师、传达给同行，令佛教界上下信服，从而大获成功。这不能不有赖于他的悟道和传达，两者缺一不可，大智大慧的悟道，锐利无比的言辞，传播四方，打动人心，实乃惠能成功之奥秘。

世界科技史中，也有因写作才能——即传达本领高强而获得成功的例子。

世界著名的英国物理学家麦克斯韦，是经典电磁理论的奠基人，数学天才，大师级科学家。他不但是一个数学家，同时酷爱诗

歌。中学时期，在数学和诗歌的两个比赛中，都获过第一名。他的逻辑思维和形象思维以及语言能力的修养都很好。在他之前，科学家法拉第已经提出电磁现象的研究成果，但由于对这一成果的文字表述“模糊不堪”，晦涩难懂，一直不被学术界所接受，遭到非议达 20 年之久。

1854 年，麦克斯韦第一次读到法拉第的《电磁学实验研究》时，就用诗人特有的形象思维能力，洞察了法拉第成果的创新价值。麦氏遂用形象思维与逻辑思维相结合的方式，进一步深入研究，最后以一组高度抽象而又对称优美的简单的微分方程表述了电磁场理论，预言了电磁波的存在，把电磁学推到了一个崭新的阶段，迅速获得学术界的认可，赢得巨大声誉。显然，法拉第研究 30 多年，已有悟道，但在表述环节上力不从心，没有简明扼要地表述，而年轻的麦克斯韦的成功，则得力于艺术修养和表达能力的高超。

读爱因斯坦的科学著作，你可以绕开那些公式，将其作为美妙的散文来阅读。爱因斯坦以“恋人拥坐火炉”说明相对论的精彩比喻，给我们留下多么深刻而生动的印象。还有被称作精神分析大师的弗洛伊德，他本人因为文学修养和优美的文体于 1930 年获得了歌德奖金。弗洛伊德的学说建立在一种“假说”的基础上，可以说，没有生动、形象、优美的文字表达，他的学说很难为世人所接受，并渗透到包括文学艺术的多个领域。

三、学习写作的意义及写作课程的回顾

写作与口头语言一样，也是人们相互交往、思想交流的重要工具。生活在现实社会中，无论你学的是何种专业，从事何种工作，只要稍微复杂一些，就离不开写作。如信、笔记、计划、总结、合同、报告、申请、通讯、特写、产品说明、技术革新建议、科研成果鉴定、科技咨询书、学术论文、文艺创作，直至眼下走进社会的自荐书、应聘文，等等。

任何一个受过教育，读完义务教育九年学校的人都要求必须掌握起码的写作技能，这关系到国民素质和国家科学、文化事业的发展水平。若缺少这个能力，人们的交际就少了一个环节。感情交流不畅，信息沟通受阻，经验保存不好，传播渠道障碍，就可能影响整个社会文明的进步。

书面语言与口头语都是交际的重要工具，但从某种角度讲，书面语优越性更大，它可以不受时间和空间的限制，可以在更广的范围和更长的时间里传播。我们正处在一个世界科技高度发展的信息社会，文章成了信息生产、贮存、传递、交流的一种主要手段，是将先进的科学技术转化为社会生产力的重要媒介，国外有学者称：“人的阅读和写作能力为第一文化，掌握电子计算机语言为第二文化。”

现代社会的文化人，应掌握这两种文化，而第一种是基础，是前提。联合国教文卫组织曾经把现代人不懂计算机确认为：现代人的功能性文盲。但人们假如失去了第一前提，这个现代人创造和处理信息的能力也要大打折扣。

发达国家多重视写作这门基础应用学科，而且在理、工、医、农、商等高等院校均列为必修课。所有美国大学，新生入学，基础的作文法教程均被列为必修的课程，据介绍美国许多大学除开设基础作文法外，还开设科技写作课程，甚至设置相关专业，如科学写作专业、科学与环境写作专业、新闻与科学写作专业等等。日本不论什么考试，作文为必试科目。

现代企业招聘，特别是厂长、经理等中高层管理人才，主要看你能否拿出一篇针对该企业的有较高水平和独特见解的论文，从而体现你的经营能力。这里都需要应聘者有很强的写作能力，能够迅速地将你的高水平见解通过写作传达给招聘方，从而获得职位。

写作在中国古代是文人的基本训练和素养，也是他们生存的基本手段。一手好字，一手好文章，已经可以养活自己，然后再去参加各级国家考试，学而优则仕，读书做官，成就事业，光宗耀祖，

名利双收。进入20世纪以后,现代大学在中国诞生,20—30年代开始开设大学写作课,但那时多是作为修辞学的一个部分来讲授,因为讲修辞学的时候也论及文章的篇章结构。20世纪40年代由于战争,国家动乱,“偌大中国摆不下一张平静的书桌”,写作与其他学科一样,发展不大。“文化大革命”前的大学写作文学性较强,且夹杂着文艺创作的理论条框,实用性不强,与社会有一定脱节,对指导写作成效不很显著。“文化大革命”期间,写作课的内容又都是以新闻报刊文体与革命大批判文章风格为主,不符合大学文科的培养目标。

20世纪80年代以后,为适应市场经济时代的需求,写作课程有大的发展,已完全突破了仅仅局限于中文系或其他文科专业的框框,理工医农财法商各个专业,全面铺开,课程改革力度较大,更加注重两个方面的科学化——

“讲”:重基础,重应用,重文章构成的基本规律;

“练”:突出实践,建立一套有效的写作训练程序。

训练熟悉使用各种规范文体,准确恰当的语言,贴近市场的表述。现代写作学学科建设大步发展,衍生出许多分支学科,知识量大大增加,从事学科的人员也与日俱增。国内外教材层出不穷,更加趋于专业化:财经写作、科技写作、新闻写作、公文写作等等。但万变不离其宗,写作基本功是相通的。在此,我们还应注意大学写作不同于中学写作的两个关键点:

一是要破除目前中学教育重分数不重素质的风气,帮助学生真正过“写作关”,强调写作训练,注重实际操作能力;

二是“提高”,使学生具有一定的写作理论知识,涉及面广,更有深度,更有规范性,同时更有创造性,使之能够应对激烈竞争的现代社会,拥有创新和竞争力。

四、《新编经济写作》教材的特点

《新编经济写作》的内容分为总论和文体两大部分,重点落在

文体。除了对文体特点的讲授外，主要是要求学习者掌握实践性的环节，即知道如何去操作规范的文体。编者还在每章的文末，配有“思考与练习”和“范文举例”，前者紧密结合课文，重在启发性；后者例文则多来自经济活动和商业领域之中，重在实用性。意图就在激发学生的兴趣，鼓励学生加强自我训练，真正达到上文所述的两个课程环节的科学化，即“讲”与“练”。

总之，编者期望学生通过教材的学习，掌握经济常用文体的基本规范与操作要求，并在不断地练习中，学会熟练使用。相信勤学多练，循序渐进，会使学习者大有收益，有效地增强自己搏击商海的竞争力。

愿所学者取得良好成绩。

目 录

【总论 经济写作基础理论】

【第一章 主旨】

- 第一节①主旨的概念和作用
- 第二节②经济应用文主旨的特点
- 第三节③经济应用文主旨的要求
- 第四节④经济应用文主旨的表现

【第二章 材料】

- 第一节⑤材料的概念和作用
- 第二节⑥材料的搜集与整理
- 第三节⑦材料的选择
- 第四节⑧材料的使用

【第三章 结构】

- 第一节⑨结构的概念和作用
- 第二节⑩结构的内容
- 第三节⑪结构的方式
- 第四节⑫结构的要求

【第四章 表达方式】

- 第一节⑬叙述
- 第二节⑭说明
- 第三节⑮议论
- 第四节⑯图
- 第五节⑰表
- 第六节⑱公式
- 第七节⑲符号

【第五章 语言特征】

- 第一节⑳准确严谨
- 第二节㉑简洁平实
- 第三节㉒得体生动

【上编 国家行政机关公文】

【第六章 公文概述】

第一节●公文的概念、特点和作用

第二节●公文的发展简况和分类

第三节●公文格式

第四节●行文规则

第五节●行政公文撰拟注意事项

【第七章 公文写作（上）】

第一节●命令（令）

第二节●决定

第三节●公告

第四节●通告

第五节●通知

第六节●通报

【第八章 公文写作（下）】

第一节●议案

第二节●报告

第三节●请示

第四节●批复

第五节●意见

第六节●函

第七节●会议纪要

【中编 常用事务文书】

【第九章 经济计划】

第一节●经济计划的概念、作用

第二节●经济计划的特点、分类

第三节●经济计划及方案的写作

【第十章 经济总结】

第一节●经济总结的概念、作用

第二节●经济总结的分类、特点

第三节●经济总结的写作

【第十一章 调查报告】

第一节●调查报告的概念、特点、作用

第二节●调查报告的分类、方法

第三节●调查报告的写作

第四节●调查报告的写作要求

【第十二章 经济简报】

第一节●经济简报的概念、种类

第二节●经济简报的作用、特点

第三节●经济简报的写作

【第十三章 讲话稿】

第一节●讲话稿的概念和作用

第二节●讲话稿的写作

【第十四章 大事记】

第一节●大事记的概念、作用、分类

第二节●大事记的写作

【下编 经济专业文书】

【第十五章 经济预测报告】

第一节●经济预测报告的概念、特点、作用

第二节●经济预测报告的分类、方法

第三节●经济预测报告的写作

【第十六章 可行性研究报告】

第一节●可行性研究报告的概念、特点、作用

第二节●可行性研究报告的分类和步骤

第三节●可行性研究报告的写作

【第十七章 商业计划书】

第一节●商业计划书的概念和作用

第二节●商业计划书的使命陈述

第三节●商业计划书写作的前期准备

第四节●商业计划书的组成部分

【第十八章 招标书】

第一节●招标书概说

第二节●招标书的基本格式和写作

【第十九章 经济合同】

第一节●经济合同的概念、签订原则

第二节●经济合同的类型

第三节●经济合同的订立程序

第四节●经济合同的写作

【第二十章 经济信息】

第一节●经济信息的概念、特点、作用

第二节●经济信息的收集和整理

第三节●经济信息的写作

【第二十一章 经济消息】

第一节●经济消息的概念、特点

第二节●经济消息的作用、分类

第三节●经济消息的写作

第四节●经济消息和经济信息的异同

【第二十二章 经济论文】

第一节●经济论文概说

第二节●经济论文的选题

第三节●经济论文的写作

第四节●经济论文的执笔过程

【第二十三章 广告文案】

第一节●广告文案概说

第二节●广告文案的结构和分类

第三节●广告文案的写作要求

【第二十四章 策划文案】

第一节●策划文案的概念和特点

第二节●策划文案的原则和分类

第三节●策划文案的写作

【后 记】

总论

经济写作
基础理论

第一章 主旨

第一节 主旨的概念和作用

一、主旨的概念

主旨就是指主题。“主题”一词源于希腊文 Theme，是音乐术语，指乐曲的核心，即主旋律。后意义延伸，泛指文学作品和文章的主要思想、主要问题等。我国古代把它称为“主脑”、“主旨”、“主意”等。在记叙文和文学作品中人们常把主题称为主题思想或中心思想；把议论文的主题称为中心论点；在说明类文章中，称为中心意思；行政公文称之为主旨。主题是作者通过文章的具体材料所表达的贯穿全篇的主要思想、基本观点，是作者对客观事物的评价和态度。

经济应用文的主题，是由文稿的行文目的、思想认识、基本观点、主张要求共同构成的，是撰稿人在传达政策、发布规章、周知事项、汇报工作、总结经验、沟通情况和处理公务时，反映出来的宗旨和基本精神。

二、主旨的作用

主旨在应用文中的地位是十分重要的。晋代陆机在《文赋》中说：“意司契为匠。”意是主管，要求与实际契合，才能构思熟练。明代黄子啸把主旨比作“人之主”，说：“意者一身之主也。”主旨犹如人体之大脑，起指挥、支配的关键作用。也正如清代王夫之在《姜斋诗话》中谈到的：“无论诗歌与长行文字，俱以意为主。意犹帅也，无帅之兵，谓之乌合。”主旨是应用文的灵魂，在文中恰似

一条主线，使全篇内容一脉贯通，充分显示出目的、要求、意见等的内在联系，因此材料取舍、布局谋篇以及表达方式都要受到主旨制约，并服从于主旨的需要，一篇高质量的应用文，其材料、结构和语言同主旨的关系正像众星捧月。应用文由于实用性、政策性的特点，主旨充分显示文章的目的、要求意见等，所以主旨也就具有引导读者了解政策、分析经济形势的作用。如果主旨不明确，没有一个统领全文的中心，而是想到什么写什么，写到哪里算哪里，胡乱拼凑，杂乱无章，就成不了文章。而且，读者还抓不住要领，耽误问题的解决，给工作造成损失。此外，应用文质量的高低、价值的大小也取决于文章的主旨。主旨正确，符合社会、事物的发展规律，符合党和国家的方针政策，有利于指导工作，推动工作；反之会坏事害民，使党和国家方针政策不能正确贯彻执行。

第二节 经济应用文主旨的特点

经济应用文的主旨与文学作品的主题没有本质的区别，但在表现形式的具体要求上又有许多不同之处。

一、产生过程不同

应用文十分强调“主题先行”、“意在笔先”。主题的产生过程常常是先确定主题，后去组织材料，作者在组织材料的过程中确立主题；文学创作一般是作者在客观外界的感悟或刺激下，有感而发，有情可抒才写的。正如高尔基所说：“主题是从作者的经验中产生，由生活暗示给他的一种思想。”应用文的写作常常是被动的，是客观需要。工作上、生活中遇到了实际问题需要询问、反映和答复，领导分配的任务，有单位和个人的约稿等，大多不是作者有感而发，是遵命文章。这样一种被动的写作行为，又有很强的实用性、针对性，是为事而写，为“行”而写，所以十分强调“主题先