

科学、规范、实用

企 业 文 秘

常用文书写作规范 与实用例文全书

付 传 林 爽 编著 · QIYE WENMI

为企业文秘人员量身打造

● 写作规范

● 最新例文

● 可现查现用，稍加改动，即可成文

科学、规范、实用

企业文秘

常用文书写作规范 与实用例文全书

● 写作规范

● 最新例文

● 可现查现用，稍加改动，即可成文



中国纺织出版社

内 容 提 要

《企业文秘常用文书写作规范与实用例文全书》一书从企业领导文书的概念、特点、种类及其逻辑架构入手,全面详尽地阐释了企业领导申报文书、经营文书、管理文书、计划总结文书、会议文书、社交礼仪文书、法律文书、商务通用文书、洽谈文书的用法,精确恰当地为每一文种配置了最新实用范文,具有极强的可借鉴性和可操作性,读者可现查现用,稍加改动即可成文。

《企业文秘常用文书写作规范与实用例文全书》一书是企业管理者、公司文员、办公室人员必备的案头参考书。

图书在版编目(CIP)数据

企业文秘常用文书写作规范与实用例文全书/付传,林爽编著. —北京:中国纺织出版社,2011.8

ISBN 978 - 7 - 5064 - 7579 - 2

I. ①企… II. ①付…②林… III. ①企业管理:行政管理—文书—写作 IV. ①H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 112438 号

策划编辑:姜 冰 责任编辑:于磊岚 责任印制:陈 涛

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京云浩印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2011年8月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:18.5

字数:325千字 定价:32.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

目 录

第一章 企业常用文书概述	(1)
一、企业常用文书的概念.....	(1)
二、企业常用文书的特点.....	(1)
三、企业常用文书的种类.....	(3)
四、企业常用文书的逻辑架构.....	(3)
第二章 企业经营文书	(9)
一、协议书.....	(9)
二、股份有限公司募股说明书	(12)
三、意向书	(14)
四、备忘录	(17)
五、企业目标责任书	(21)
六、招标文书（招标邀请通知、招标公告）	(23)
七、投标文书（投标申请书）	(26)
八、合营项目建议书	(29)
九、股份有限公司年度报告书	(30)
十、委托书	(37)
十一、计划任务书	(38)
第三章 企业管理文书	(43)
一、经济调查报告	(43)
二、企业管理咨询报告	(47)
三、市场预测报告	(51)
四、产销分析报告	(57)
五、市场推广营销方案	(63)
六、事故调查分析报告	(68)
七、可行性研究报告	(78)

八、质量检查报告	(85)
第四章 企业计划总结文书	(91)
一、工作计划	(91)
二、工作方案	(98)
三、工作安排	(100)
四、工作要点	(108)
五、就职演说	(111)
六、述职报告	(114)
七、工作汇报	(116)
八、工作总结	(119)
九、学习心得	(124)
十、工作建议	(126)
第五章 企业会议文书	(131)
一、开幕词	(131)
二、闭幕词	(133)
三、会议讲话	(134)
四、会议贺信	(138)
五、会议祝词	(140)
六、会议报告	(142)
七、会议总结	(150)
八、传达提纲	(153)
第六章 企业社交礼仪文书	(161)
一、欢迎词	(161)
二、欢送词	(164)
三、祝酒词	(166)
四、答谢词	(167)
五、演讲稿	(168)
六、慰问信	(176)
七、倡议书	(178)

八、公开信·····	(180)
九、推荐信·····	(181)
十、表扬信·····	(184)
十一、索赔函·····	(185)
第七章 企业法律文书·····	(187)
一、起诉状·····	(187)
二、上诉状·····	(188)
三、申诉状·····	(191)
四、答辩状·····	(194)
五、反诉状·····	(197)
六、公证申请书·····	(199)
七、仲裁申请书·····	(200)
八、破产申请书·····	(203)
九、执行申请书·····	(206)
十、仲裁保全申请书·····	(208)
第八章 企业商务通用文书·····	(211)
一、商务公函·····	(211)
二、商务会议纪要·····	(212)
三、商务总结·····	(214)
四、营销总结·····	(224)
五、经济预测报告·····	(232)
六、经济科研报告·····	(242)
七、建议书·····	(247)
八、客户调研报告·····	(250)
第九章 企业洽谈文书·····	(253)
一、招商说明书·····	(253)
二、产品说明书·····	(257)
三、业务洽谈方案·····	(259)
四、业务洽谈纪要·····	(262)

五、商务谈判方案	(267)
六、商务谈判备忘录	(269)
七、公共关系策划书	(270)
 第十章 企业申报类文书	 (279)
一、项目投资申请书	(279)
二、项目引进申请书	(280)
三、发行股票申请书	(282)
四、商标注册申请书	(283)
五、商标注销申请书	(286)
六、公司设立登记申请书	(288)

第一章 企业常用文书概述

为使企业正常运营，企业的经营目标得到实现，有效的沟通在企业日常运行管理中至关重要。只有具备了良好的沟通方式、沟通环境，企业才能自上而下如实、准确地传达决策意图，并可较为顺畅地接受来自基层的反馈信息，为企业深入决策奠定良好的沟通基础，从而实现沟通的信息收集功能，维持企业正常运转功能以及监控、协调功能。

企业常用的沟通手段有如下两种形式：一为口头沟通，方便快捷但容易造成信息失真；二为书面沟通，虽耗时较多却是组织记录、储存相关信息的重要途径。由此便将企业文书处理提上了企业日常行政管理日程，其主要包括发文办理和收文办理两大方面。

一、企业常用文书的概念

公务文书，简称公文，是党和国家机关及其他社会组织在公共事务活动中为行使职权、处理公务而形成并使用的具有法定效力和规范体式的文字材料。其具有由法定作者制成和发布，事关公务并具现实效用，具有特定的撰制程序、书面格式和行文规则以及具有法定的权威性和约束力等特点。基于此，可将企业常用文书定义为：企业在公共事务活动中为行使领导职权、处理企业公务而形成并使用的具有法定效力和规范体式的文字材料。

二、企业常用文书的特点

（一）类别的多样性

与法定公文相比，企业常用文书的类别多样。主要包含经营类文书、管理类文书、计划总结类文书、会议类文书、社交礼仪类文书、法律类文书、商务通用类文书、洽谈类文书、申报类文书等。每一类文书又涵盖多个常用文种。

（二）内容的专业性

由企业常用文书类别的多样性决定，每一类文书又具备内容上的专业性特征。如经营类文书的专业性特征至少体现在以下三个方面：一是行文内容围绕经营活

动；二是行文目的讲求经济效益和社会效益；三是行文原则应符合经济规律。

（三）写法的灵活性

法定公文的写作要严格做到公文格式与公文正文内容的逻辑统一、公文正文内容与公文用语的相辅相成、公文用语与公文受众的有效呼应以及公文逻辑构思与管理活动开展的有效吻合。上述关于公文写作在逻辑建构方面的要求对企业常用文书写作同样适用。但在日常行文过程中，依据不同类别的企业常用文书，其在写法上也不尽相同。法律类文书要求依据已有的格式规范写作；申报类文书依照相关部门提供的表格进行填写；礼仪类文书依据领导者个人的语言习惯进行篇章设计；计划总结类文书在结构上可依照行文习惯进行安排。由此可见，在掌握企业常用文书写作基本要求的同时，尚需认真揣摩每一类文书、每一文种的具体写作方法。只有如此，才能活学活用，真正发挥企业常用文书的作用。

（四）行文关系的规范性

行文关系就是发文机关与收文机关之间的关系，是两者之间的工作关系在行文中的体现。企业之间的工作关系有上下级关系、平级关系、不相隶属关系，反映在行文上，就构成了以下四种行文关系：一是处于同一组织系统的上级机关与下级机关之间的领导与被领导关系；二是处于同一业务系统的上级业务主管部门与下级业务部门之间存在的业务上的指导与被指导关系；三是处于同一组织系统或业务系统的同级机关之间的平行关系；四是非同一直属系统的机关之间（无论各自级别高低）的不相隶属关系。上述行文关系既适用于法定公文写作，同时也适用于常用公文以及专用公文写作，且应依据行文关系确定行文方向及行文文种。在体现办文专业性的同时，亦可提高企业办文效率。

（五）行文用语的精当性

精，即精确。运用翔实的数据是经营类文书写作的突出特点之一。经营活动常常是围绕经济数量的变化进行的。在生产、交换、分配、消费等各个环节中，企业的产品产量、品种、质量、产值、成本、利润均是从量化的数据分析中发现问题，从而解决问题的。因此，一篇经营文书能否精确描述经济现象、正确反映企业的经营活动，常常与数据的把握和运用准确与否有关。

当，即恰当。以企业领导礼仪类文书中的演讲稿为例，企业领导者就企业某一核心问题对外做演讲时，应选择恰当的语言，即语言运用在符合演讲稿写作要求的

同时,更要考虑受众群体已不是自己的下属,而是兄弟企业或消费者。这便要求演讲者在展示自我的同时,用符合当下场合的语言,与受众群体进行交流,从而真正实现演讲的目的。否则,只能适得其反。

三、企业常用文书的种类

依据不同的分类标准,可将企业常用文书分为若干类别:

(1) 依据行文方向的不同,可将企业常用文书分为上行文、下行文、平行文。

(2) 依据行文内容的不同,可将企业常用文书分为申报类文书、经营类文书、管理类文书、计划总结类文书、会议类文书、社交礼仪类文书、法律类文书、商务通用类文书、洽谈类文书等。

(3) 依据使用范围不同,可将企业常用文书分为法定公文、常用公文及专用公文。

(4) 依据发布范围不同,可将企业常用文书分为周知性公文和限知性公文。

(5) 依据作用不同,可将企业常用文书分为指挥性公文、报请性公文、知照性公文和记录性公文。

(6) 依据来源不同,可将企业常用文书分为发出文件、收到文件和内部文件。

四、企业常用文书的逻辑架构

关注企业常用文书的逻辑,有助于深入而精湛地确立其研究的纵深视角,使此类研究不仅仅局限于某一文种如何写作,而是达到从孤立的文种写作研究向诸文种内在关联性、差异性研究方向转变;从单一文种的写作研究向文种内部有倾向性地细化分类研究方向转变;从单一的格式研究向格式与公文结构以及功能相结合的研究方向转变;从零散地介绍各文种的写作知识向有体系、有规律地介绍各文种的写法、用法方向转变;从简单地遵照格式要求向格式、内容、政策、语言等诸多要素有机结合运用的研究方向转变。

这不仅是企业常用文书工作规范化、科学化与制度化进程的现实体现,同时也是公文研究视阈多元化、实用化与体系化方式的合理表征。探究诸文种的内在关联性、差异性,不仅是宏观设定企业常用文书写作与处理法律、法规的依据,也是现实合理、规范选用文种的参考;各文种内部有倾向性地细化分类研究,旨在层次更多、视阈更广、专业性更强地驾驭企业常用文书写作与处理工作;企业常用文书结构与功能相结合的研究思路,其自身便体现了科学、有序的逻辑结构对企业常用文书工具性功能有效发挥的重要意义;企业常用文书格式、内容、政策、语言等诸多

要素的有机结合运用，更是企业常用文书制发与应用流程逻辑严密性的现实考量。

由此可见，企业常用文书生命力的强弱及可供参照执行周期的长短，在于其格式上是否规范严谨、表述言辞上是否理性客观、指导思想上是否符合政策要求、执行策略上是否细致全面、执行要求上是否保障得力。换言之，若强化企业常用文书的生命力，就必须实现企业常用文书逻辑上的内外兼修，即企业常用文书格式与正文内容的逻辑统一，企业常用文书正文内容与用语的相辅相成，企业常用文书用语与受众的有效呼应以及企业常用文书逻辑构思与企业管理活动的有机吻合。

（一）企业常用文书格式与正文内容的逻辑统一

所谓企业常用文书格式，即企业常用文书的规格式样，是指组成企业常用文书外观形式的各要素在公文文面上的排列顺序和标志规则。原则上讲，企业常用文书只有具备了自身特定的外观特征，才有利于维护自身的严肃性，利于方便迅速地撰制、传递和处理，也利于应用现代化手段来管理。这突显了规定企业常用文书格式的重要意义以及加强企业常用文书格式研究的必要性。企业常用文书格式上的规定性对其自身格式要素的安排及正文内容的架构具有重要的影响，正文内容也会决定企业常用文书格式要素的选择。举例来说，在企业常用文书眉首区标注文件的秘密等级及紧急程度就要遵循标注位置上的“先密后急”原则，若位置颠倒，定会出现因急件需“先行先办”而忽略了文件秘密等级的现象，这自然不符合涉及秘密等级文件的办理规程。诚然，企业常用文书若标注了紧急程度及秘密等级，正文定当体现紧急的原因及秘密的内容。

（二）企业常用文书正文内容与用语的相辅相成

企业常用文书用语是否规范将直接决定其能否正确地表达行文意图。当前企业常用文书写作与处理所遵循的规范性文件已经对其用语进行了细化，如用语要做到明确化、客观化、模式化并要求庄重、严肃地表述正文内容。这在语言运用特点上对撰拟正文内容提出了明确的要求。

比如公布什么内容、转发什么文件、部署什么工作、请示什么事项、解决什么问题……均应一目了然；公布相关内容的依据及要求、转发具体文件的原因及目的、部署某项工作的宏观驾驭及微观安排、请示某一事项的缘由及紧迫与期复程度、解决具体问题的指导思想及实际行动指南……均应悉数到位。

要做到公文正文内容与公文用语的相辅相成，首先要了解每一文种的具体用法。例如行文请示适用于下级机关工作中遇到既无先例又无章可循的新情况、对法

律法规及上级的政策规定不甚了解而难以执行的情况、下级机关内部或与相关机关之间在重要问题上意见分歧时的情况、遇到自身无权决定必须经上级机关批准方能办理的事项、安排处理重大事项必须经上级机关批准方能避免失误等情况。概括地讲,行文请示一般是在“无权僭越”、“无力超越”时经常使用的上行文种。因此,无论请示的事项如何急切,都应仔细斟酌,使词语分寸得当、语气谦敬得体。

其次要依照不同的行文目的选择恰当的语言架构正文内容。若表彰决定无法通过文字、语言的内在张力达到鼓舞人心的目的,其用语是失败的,而其正文内容也将是流于形式的、干瘪的文字堆砌;若批评性通报的用语过于包容或过于严厉,阅文者将难以把握发文机关的话语指向;若调查报告的正文仅有溢美之词而无客观、合理的阐述,语言再美也难以体现调研的目的。

再次要把握企业常用文书使用语言的基本要求。一要准确,即辨明词义、用词准确;讲究语法、合乎逻辑;表达准确、避免歧义;用词规范、合乎要求。二要简明,即直述不曲、明白浅显;句子精练、长短适宜;词汇凝练、简化有方。三要得体,即把握行文方向、尊重行文风格;符合行文内容、顺应时代发展。

综上所述,在明确地定位行文内容基础上斟酌企业常用文书用语的利弊、得失,将有助于准确、简明、得体地表达发文机关的行文目的;在清晰地掌握了公文用语相关规律基础上深入探究企业常用文书用语的变化对合理表述相关内容具有重要意义,也将有助于行文主体形成良好的办文习惯。

行文内容的定位需要文字表达,已有文字水平的高低,直接决定了行文内容是否准确,进而影响到行文目的能否实现。因此,企业常用文书正文内容与用语的相辅相成比起格式与正文内容应逻辑统一这一要求,显得更加重要。因为用语水平的提高,并非一日之功,其牵涉的因素实在太多。

(三) 企业常用文书用语与受众的有效呼应

企业常用文书是公务活动的重要书面工具,担负着领导指导作用、宣传教育作用、公务联系作用以及依据凭证作用。其能否发挥上述功能,除了应考虑上述逻辑关系外,还应重点考虑企业常用文书用语习惯与受众即收文方之间的现实呼应。

以计划类文书的写作为例,用语笃定的计划,收文方将很少地在执行过程中欲置权变空间。当然,主动、客观地预置权变空间并非易事,它需要比较精确地掌握现实状况并能比较合理地对某一状况的未来走向及发展趋势进行预判。否则就会出现预置权变空间过大或过小的局面。若预置权变空间过大,现实施行措施便会由于过于笼统而无法执行;若预置权变空间过小,现实虽有章法可依据,但由于“盯”

得过死，在危急时刻定难及时转向，致使陷于僵局而不能自拔。因此，预置权变空间是一个问题，而预置权变空间的大小更是一个不容回避且需要认真推敲、斟酌的问题。其中，词汇的选用，语气风格的设定等问题亦不容忽视。“我们于2009年12月20日完成工作……”和“我们将于2009年12月20日完成工作……”虽只有一字之差，但前者更容易造成工作中的被动局面。

要做到企业常用文书用语与受众的有效呼应，首先要考虑行文方向因素。针对上行文而言，其用语在阐述基本事实基础上，通常用比较谦逊、得体的语言结尾，这可给予受众即收文方诚实不欺之感，同时也符合机关、部门职责权限要求，便于行文事项得到尽快解决与处理；平行文发文机关与收文机关之间或为同级机关或为不相隶属机关，因此或提出意见、建议，或询问、告知事项，或商洽、协调工作，均应考虑彼此同级或不相隶属机关之间的关系，从而为良好的沟通、协调机制的建构提供保障。而这便要求遵照两者的特殊关系选择行文用语，既不能颐指气使，也不能低人一等，要选择适度的用语模式；下行文可用来安排工作、布置任务、告知事项……其要求收文方“必须完成某项工作”还是“酌情完成某项工作”，语体风格的设定，更应考虑到行文初衷，然后通过文字表述给收文方以相对确定的应对空间。

其次要做到公文用语的规范性。行文避免口语化便是其要求之一。企业常用文书属于书面文字材料，理应使用书面语言。若将方言、口语杂糅于文件中，收文方定将难以掌握其行文本意，贻误最佳处理问题时机，从而造成不必要的麻烦与损失。适度使用模糊语言是其要求之二。根据企业常用文书表述对象的需要和表述者思维的客观情况，为达到表述上的准确性而有意识选用模糊语言，这是符合企业常用文书模糊语言使用相关要求的。若过度使用模糊语言，而无真正的文献资料支撑，便会导致企业常用文书撰拟中“假”、“大”、“空”情况的出现，难以发挥企业常用文书应有的作用。因此，规范使用企业常用文书模糊语言，一方面可为前文提到的预置权变空间提供可能，同时也可达到用语表述准确、简明等要求，可谓一举多得。

（四）企业常用文书逻辑构思与企业管理活动的有机吻合

当代管理理论不仅仅是要告诉人们如何正确地做事，而且要告诉人们如何做正确的事。所以，告诉人们正确地做正确的事，成为当代管理活动的使命。为了告诉人们正确地做正确的事，管理活动中相关工作的开展必然要逻辑地回答如下问题：做什么、为什么做、谁去做、何地做、何时做以及怎样做等问题。企业常用文书写

作与处理亦属于管理活动范畴，其或者直接、或者间接、或者自觉、或者不自觉都要回答四个逻辑问题：即“是什么”，回答事物性质状态；“怎么样”，回答事物的情形如何；“为什么”，回答事物原因、经验和目的；“怎么办”，回答如何办（处）理事物。由此可见，关注企业常用文书逻辑构思与管理活动开展有机吻合问题，不仅具有理论意义，更重要的是它将为企业常用文书写作与处理提供规律性的指导，从而提高企业的办文效率，为相关工作有条不紊地开展提供保障。

第二章 企业经营文书

一、协议书

(一) 协议书的用法

1. 协议书的含义

协议书是记载相关企业经过谈判或协商后取得一致意见的协议性文件。它是涵盖协作关系、法律关系或为实现一定的目的而明确各方义务和权力的契约性、凭据性事务文书。

2. 协议书的写法

(1) 标题。协议书的标题可以由表明协议书性质的名称和文种的名称组成，如“技术转让协议书”。也可以由达成协议双方的名称、事由和文种组成，如“××公司和××公司关于××的协议书”。协议书的标题除上述写法外，在行文中还可以只写文种名称。

(2) 称谓。写明双方或几个单位的名称或代表（当事人）的姓名。此部分通常要写明相关当事人的姓名、性别、年龄、职务和相互关系等。签订单位名称应列在协议书名称之下，或放在正文段首中。另外，为了行文方便，可将签订协议的各方称为“甲方”、“乙方”、“丙方”等。

(3) 正文。这是协议书的主体部分，多采用分条列项的形式，可用序号表明前后内容顺序。依次写清签订协议的原因、目的和商定的具体内容。若正文内容中涉及各方单位名称的，一律用“甲方”、“乙方”等代称。内容中涉及的有关责任、义务、事项执行过程和实施要求等都应详尽准确地加以表述，以免由于误解或责任不明而造成日后麻烦。

(4) 结尾。此部分一般应写明执行要求及对协议书本身的说明。具体内容包括：本协议书的书面形式（打印件、手写件）、份数（正、副本各几件）、保存人或单位、有效期限、违约责任等。此部分作为正文条款中的最后一条与上文并列，需单独成段列出。

(5) 落款。协议书的落款包括签章和时间两项。在正文右下方，签署协议各方名称。依次为单位全称、代表人姓名或当事人、关系人、见证人的姓名，并加盖印

章。如有公证处公证，或律师签名，一并列出，并加盖印章。然后另起一行写达成协议的时间。

（二）协议书实例

合作经营协议书

兹有自然人张××（简称甲）、何××（简称乙）、钟××（简称丙）本着“组合自愿，优势互补，利益同享，风险共担”的原则，经友好协商，就共同推广先进的通信技术，拓展浙江等省份通信三角铁塔、室内无线通信覆盖业务市场及工程项目达成如下协议：

第一条 合作形式与期限

甲、乙、丙三方按照协商股份比例申报注册公司开展经营业务，合作期限依市场延伸长短而定。

第二条 合作项目与范围

拓展浙江等省份中国移动、中国联通、中国电信的蜂窝覆盖和通信三角铁塔等主营业务。

第三条 出资方式与比例

甲方以货币方式出资，出资额为人民币_____万元，占公司股份40%；

乙方以货币方式出资，出资额为人民币_____万元，占公司股份30%；

丙方先以无形资产出资，折算出资额为人民币_____万元，占公司股份30%，此项出资自公司实现利润开始，从公司总利润中分次（或一次）划入公司股本金，由此转为以货币方式出资。

第四条 增资扩股与转让

（一）公司股份结构一经商定，不得再接纳新的股东，内部扩充资本金需经全体股东同意；

（二）任何一方转让股份必须有正当理由，且不能在公司经营失利时提出；

（三）任何一方转让股份需经全体股东同意，其余两方有优先受让权；

（四）受让者为三方以外的，由公司将其姓名、住址以及受让额记载于股东名册。

第五条 三方的职责划分

甲、乙、丙三方成立董事会，并为董事会成员。