

新 编

XINBIAN

金融实用文体写作

● 白延庆 编著

JINRONG SHIYONG WENTI



中国金融出版社

14

1-1152-3
B.66

新编金融实用文体写作

白延庆 编著

 中国金融出版社

责任编辑:杜 华

责任校对:李俊英

责任印制:郝云山

图书在版编目(CIP)数据

新编金融实用文体写作/白延庆编著. —北京:中国金融出版社,2002.4

ISBN 7-5049-2737-6

I. 新…

II. 白…

III. 金融—应用文—写作

IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 020246 号

出版

中国金融出版社

发行

社址 北京广安门外小红庙南里 3 号

发行部:66081679 读者服务部:66070833 82672183

<http://www.chinafph.com>

邮码 100055

经销 新华书店

印刷 瑞丰印刷厂

尺寸 140 毫米×203 毫米

印张 10

字数 255 千

版次 2002 年 4 月第 1 版

印次 2002 年 4 月第 1 次印刷

印数 1—5000

定价 19.00 元

如出现印装错误请与出版部调换

前 言

本书是金融实用文体写作教材的一个新版本,适用于中国金融系统从事写作的干部和文秘人员,也适用于大专院校相关专业的学生。

五年以前,我曾和几位同仁合编了一本《金融实用文体写作》教材,按照时兴说法,那应该算是上个世纪的事了。从当今中国人的感觉来说,那也确实应该算作上个世纪的事了。五年的时间并不很长,但对于今天的中国人,这却是非同寻常的五年。

稍有感觉的人都会知道,当今的中国,正在发生着亘古未有的翻天覆地的变化——是往好处变,日新月异而又潜移默化。翻天覆地已经不再是一种轰轰烈烈的虚哗形式,已经成为一种实实在在又扎扎实实的内容和本质。在这样一个大背景下,反观五年前的那本《金融实用文体写作》,实在感到很过时了,进行必要的修改和补充。因此,也就成为一件很自然的事。况且国务院办公厅于2000年8月又公布了新的公文处理办法,并已于2001年1月1日开始正式实行。仅从这一角度说,对于五年前那本《金融实用文体写作》进行修订也是必然之事。当时那本教材的编写十分仓促,许多很有代表性的材料和例文没能及时找到并编入,许多很新、很有启发和借鉴意义的观点没能及时收集与整理。五年以来,这种缺憾一直鞭

策着每一位编写者,特别是作为主编的我,更感到一种不可推卸的责任。书籍非同儿戏,作为大学教材和国家专业工作人员进修的教材就更非同儿戏,而作为教材中的写作教材就更非同儿戏。以身作则,应该成为一种风范;稍有疏漏,就可能流于误导甚至荒谬。

五年以来,特别是近两三年以来,除去在大学授课以外,我先后几十次应邀前往金融系统举办的各种实用文体写作培训班授课。上至中国人民银行总行司局长培训班,下至各商业银行普通工作人员培训班,足迹遍及长城内外,大江南北。实事求是讲,每次外出授课,收获最大的可能就属我了。学员们提出的许多问题,都是我在大学课堂上连想也不曾想到的。中国教育的一个很大悲剧就在这里,教学与实践相脱节。不得不承认,这一悲剧在我身上也有所体现,特别是在实用文体写作和公文写作的教学之中。这些问题的提出,促使我对实用文体写作,特别是其中的公文写作进行更深入的请教、学习和思考,由此对实用文体写作、特别是公文写作的理解也一步步深入。我不但更感到五年前所编写的那本教材的缺憾,教材与实际写作实践之间的距离,也越来越清晰可见了。因此,现在所要做的,已经不仅是对五年前那本教材的修改和补充,更要做的,是对那本教材的重新改写。这是时代发展的迫切要求,更是一个教材编著者的起码责任。

这个想法刚好与中国金融出版社教材编辑部主任彭元勋先生不谋而合。五年前彭先生的支持和热忱记忆犹新,五年后的今天,但愿我的努力能够作为对他的一种报

答。不仅他一个人,但愿我的努力能够成为对于中国金融出版社所有领导和所有支持我、帮助我的朋友们的回报。

愿中国金融界有更多听过我的课和没有听过我的课的朋友能够读到这本新编教材,从中获得新的收益并提出新的批评意见;愿中国大专院校相关专业有更多学生能够读到这本教材,在走出校门以前,能够先接触到一种更接近于实践的实用文体写作理论和写作方法。

编著者

2002年1月8日

目 录

总 论	(1)
-----------	-------

上编 写作基础知识

第一章 写作的要素	(13)
第一节 写作的涵义	(13)
第二节 写作的要素	(16)
第二章 文章的类型	(35)
第一节 文章的基本类型	(35)
第二节 文章类型与写作知识的关系	(42)
第三节 明确文章类型的意义	(43)
第三章 写作的过程	(48)
第一节 写作的最初环节——材料	(49)
第二节 写作的第二环节——构思	(59)
第三节 写作的第三环节——行文	(75)
第四节 写作的最终环节——修改	(81)
第四章 写作者必须具备的能力	(83)
第一节 基本能力	(83)
第二节 发展性能力	(84)

第三节	指导性能力	(84)
第四节	创作性能力	(85)
第五节	恒久性能力	(86)

中编 实用文体写作知识

第五章	公务文书	(88)
第一节	公文的涵义、性质和作用	(88)
第二节	公文写作者的必备要素与能力	(92)
第三节	提高公文写作水平的途径	(97)
第四节	公文写作格式	(98)
第五节	几种常用公文写法	(101)
第六章	会务文书	(124)
第一节	会议通知	(124)
第二节	会议记录	(126)
第三节	开幕词	(130)
第四节	会议工作报告	(133)
第五节	闭幕词	(137)
第七章	事务文书	(141)
第一节	计划	(141)
第二节	总结	(146)
第三节	简报	(151)
第四节	调查报告	(156)
第八章	公关文书	(162)
第一节	公关广告	(162)

第二节	公关新闻·····	(166)
第三节	公关信函·····	(175)
第四节	公关通知书·····	(179)
第九章	其他实用文体·····	(183)
第一节	咨询信·····	(183)
第二节	推荐信·····	(185)
第三节	证明信·····	(186)
第四节	申请书·····	(189)
第五节	业务自传·····	(192)
第六节	述职报告·····	(196)

下编 金融实用文体写作知识

第十章	银行业务文书·····	(203)
第一节	银行业务计划·····	(203)
第二节	银行业务计划编制说明·····	(206)
第三节	银行业务计划执行情况报告·····	(210)
第四节	银行贷款项目申请书·····	(213)
第五节	银行贷款项目评估报告·····	(214)
第六节	贷前调查和贷后检查报告·····	(218)
第十一章	保险业务文书·····	(222)
第一节	保险合同·····	(222)
第二节	保险查勘理赔报告·····	(224)
第三节	保险案例分析·····	(228)
第十二章	证券业务文书·····	(232)

第一节	关于股票上市的请示·····	(232)
第二节	股份有限公司股票上市公告书·····	(235)
第三节	股份有限公司股票发行公告·····	(237)
第四节	股份有限公司中期报告·····	(240)
第五节	股份有限公司年度报告·····	(242)
第十三章	经济活动文书·····	(246)
第一节	经济信息·····	(246)
第二节	经济预测报告·····	(248)
第三节	谈判计划·····	(251)
第四节	经济合同·····	(254)
第五节	经济活动分析报告·····	(258)
第六节	审计(稽核)报告·····	(261)
第十四章	经济论述文体·····	(265)
第一节	经济评论·····	(265)
第二节	经济论文·····	(268)
第三节	毕业论文·····	(274)
附件一	国家行政机关公文处理办法·····	(280)
附件二	中国人民银行公文格式·····	(290)
参考书目	·····	(303)
后记	·····	(304)

总 论

书名是《新编金融实用文体写作》，最先的切入点却不是“金融实用文体”写作，而是写作基础知识，并且安排在上编的第一位置。这样设计的目的，是为了使初学写作者对于写作的知识体系先有一个基本了解。一些长期从事“金融实用文体”写作的人水平总是提不上去，以为是自己金融文体写作要领掌握得不好，其实问题可能不是出在这里，而是在写作的最基本知识方面出了问题，可能写作的基础就没有打好，甚至从来就没有打过，为了工作的需要而“仓促上阵”了。从来没有接触过比较系统的写作知识，从来不了解写作这门学科的内在规律，是很难运用这个规律并在其中发挥自己的优势的。对于大学相关专业的学生来说，学习“金融实用文体写作知识”先从“写作基础知识”入手也十分必要。实用文体的写作，乃至金融实用文体的写作，实际上是对于写作基础知识的具体运用——是在实用文体领域和金融实用文体领域的具体运用。根本问题不首先解决好，枝节上就很难有一个大的突破。

换一个角度说，“金融实用文体写作知识”可以分成三个部分，首先是“文体写作知识”，也就是“写作基础知识”，第二是“实用文体写作知识”，最后才是“金融实用文体写作知识”。按照逻辑学的观点，这三个部分的关系是一种包容关系，而且是一种层递的包容关系。“文体”写作知识是指所有文体的写作知识，自然就包容了“实用文体”和“金融实用文体”的写作知识，这是第一个层面；“实用文体”写作知识是指所有实用文体的写作知识，自然就包容了“金融实用文体”写作知识，这是第二个层面；第三个层面，便是“金融实用文体”写作知识。这样安排的结果，虽然使写作知识所涉及

的范围越来越小,内容却越来越具体、越来越丰富、并且越来越具有针对性了,便于更系统地理解、掌握和运用。

写作基础知识的介绍角度和学习方法,应该借鉴既往教材已形成的比较科学的知识体系,同时还应考虑到新时期的新特点和新的时代要求。一方面要了解写作作为一门学科的基本概念,同时还要知道这一概念在不同历史时期的不同内涵。在中国全面进入市场经济的今天,写作这一概念更是发生了巨大变化。每个从事写作的人或是即将从事写作的人,不可以对于这一巨大变化视而不见,否则不仅是一种观念的落伍,甚至会导致一种负面影响。

在掌握写作的全新概念和观念的同时,还必须掌握由这一概念和观念派生出来的“写作的要素”。因为,在今天,写作的要素不但已经成为写作这一概念的内容核心,更是写作的本质所在。在接触写作基础知识之初,如果能把写作的要素作为第一重点,作为基础的基础,对于学习写作的起步,抑或写作实践的起步,一定会有十分重要的作用。这是一种理性自觉,也是时代的必需。或许还是走向写作成功的一条捷径。

掌握了写作的基本要素,接下来面对的是文章所包括的几大体式,也就是文章的分类。按照本教材的目录编排,即所谓“文章的类型”。这种分类是一种粗略分类,是一种宏观分类,不一定科学和严谨,而且不同类型文章之间的界限也不一定明晰,但在学习写作之初,先大致了解一下文章的主要类型却不无益处。这种了解,不同于中学语文课本对于文章类型的介绍,不是从语言表达的简单角度划分,不是所谓记叙文、说明文、议论文等等,而是从一个全新角度划分,是从文章的社会功用角度进行划分,是从人与人、人与社会生活、人与工作交流的需要进行划分。文章的社会功用不同,写作者的写作视角就可能完全不同,写作的方法就可能完全不同。因此,不但文章的大致类型很有了解的必要,甚至还忽视不得。各类不同的文章弄混淆了,可能会导致写作的混乱。如果作

者自己先混乱了,读者也就很难做到不混乱了。那不仅是写作的失败,更将导致情感交流、社会交流与工作交流的阻遏,其损失也决不只是写作本身。

在“写作基础知识”这个单元,从实践角度说,也许最实在的内容是“写作的过程”。因此“写作的过程”也就成了“写作基础知识”的另一个重点。

写作过程的第一个环节是材料。任何写作都应该先从拥有材料入手,即便不是实用文体写作,即便是文学作品的创作,首先也必须从拥有材料入手,只不过它所拥有的是情感材料,而不是一般的事实或资料数据。不拥有材料,只凭突发奇想甚至空穴来风便开始写作,那不是本教材所讲述的写作,几乎等同于小孩子的胡乱涂鸦抑或成年人的乱跑野马了。

文章材料这一章节,不但涉及到材料的各种类型,还涉及到拥有材料的各种途径。初学写作者,在动笔写作之前一定要清醒认知,自己是否已经掌握了拥有材料的途径并且已经比较全面地拥有了写作材料。如果这项工作没有做好,不可以轻率动笔,否则便可能造成一种先天的营养不良。巧妇难为无米之炊,但巧妇若想烧出好饭,次米恐怕也难以计。所以聪明的巧妇不但一定要有米,而且一定会尽可能拥有最好的米。

材料的工作做好以后,才有资格考虑文章的构思、行文以及修改等诸项工作。实际上,这也正是文章写作过程所包括的另外三大环节。文章完整的写作过程,不但应该包括材料、构思、行文和修改这四大环节,还必须把这四大环节有机结合,其中每个环节都不可或缺。同时,其中每个环节也都不可忽视。

写作基础知识单元所涉及的最后一大内容是“写作者必须具备的能力”。以往讲写作的书籍基本没有涉及这一内容。其实无论对于从事写作的人还是学习写作的人来说,这都是一项十分重要的内容,绝对不可以忽视。当今时代是一个越来越强调以人为

本的时代,具体到写作知识体系上,强调以人为本,首先就是以写作者为本。这种强调,不但是必须的,而且是十分重要的。文章的写作理论、知识、技巧统统掌握了,都不过是很外在的东西,如果写作者自身不具备相应的能力,这些写作理论、知识和技巧就都会成为一种教条和僵死的东西。在写作者的主观能动性面前,不管是多么新鲜、新奇、高明、高超的写作理论,写作知识和技巧,都永远是处于一种被动地位。任何人学习写作之初对这一点都必须有十分清醒和十分清晰的认知。写作能力所指向的五大方面,不但包括了接受知识信息和更新知识的能力,还包括了独立思想和创造性思维的能力。对于当今的写作者来讲,可以说其中的每一项能力都十分重要,而且这五大能力的关系又是密不可分的。像文章写作过程四大环节的密不可分一样,写作者必须具备的五大能力共同构成一个有机整体。具备了这五大能力,又比较系统地掌握了写作的理论、知识和技巧,同时坚持不懈地进行写作实践,应该说,一个人的写作水平才可能真正会得到大幅度提高。这也正是我们的目的所在。

本书中编所讲述的“实用文体写作知识”,是对上编“写作基础知识”的具体运用。主要包括公务文书、会务文书、事务文书和公关文书四大文体。首先介绍的是公务文书写作知识。讲述方式却不是按照文体的体例进行排序,而是按照公文知识的内在逻辑关系进行排列。而且,国务院办公厅最新公布的13类13种公文也没有全部具体介绍。本编对于其余各章其他各种实用文体的介绍,却是按照各种文体的体例顺序进行设计和安排的。这样看来,本编的体例似乎不大统一。这样做的原因是,与其他各种实用文体相比较,公务文书的地位最为重要。在讲述最常用的几种公文写法之前,首先强调与公文写作密切相关的理论知识,会使学习公文写作者先有一个总体把握。这些理论知识不但对于公文写作十分重要,对于其他实用文体的写作也十分重要。

会务文书不是国家正式公文,所以对于会务文书的理解和把握一般不如公文那样郑重和严格。但是会务文书在实际工作中的使用却像公文一样频繁,也有一定的写作规律和要求,应该掌握。特别是像中国这样一个会议相对较多,且有些会议质量不是很高的国家,对于会务文书正确写法和写作要求的掌握,就显得更为重要和必要。这一章的体例安排是按照会议的基本程序进行设计的。先是“会议通知”,然后依次是“会议记录”、“开幕词”、“会议工作报告”,最后是“闭幕词”。“会议通知”写作起来难度并不很大,但有两个问题必须引起高度重视,一是不要把“会议通知”与公文的“通知”相混淆,一是“会议通知”正文的几大要素不可漏缺,特别是“会议议题”这项内容。会议记录的情况比会议通知复杂一些。会议记录不仅是会议内容的具体反映,更是作为公文“会议纪要”的一个重要材料来源,所以对待“会议记录”的态度,要比对待“会议通知”更加严肃、认真而仔细。重要的会议不但一定要安排记录员作记录,记录员一般还要在两个以上。而且记录的内容和方法也都有明确规定和要求,记录员必须严格按照这些规定和要求去做,否则记录的内容可能会成为一纸空文,毫无意义。“开幕词”、“会议工作报告”和“闭幕词”各有不同的内容和写作格式,语言要求却基本相同,都强调“口语化”,都强调“短句式”,这是为了直接交流的需要。因为这几种会务文书不是写给人“读”的,而是写给人“听”的。听的时间要求比读的时间要求要快得多,所以付诸听觉的表达一定要比付诸视觉的表达更明白易懂,“口语化”和“短句式”,也许是达到这一要求和效果的最佳途径。学习会务文书写作必须高度注意这些特点。掌握了这些特点,会务文书文字表达的精髓也就掌握了。

“事务文书”是这一编第三大内容。像会务文书一样,事务文书也不属于国家正式公文,涵义远没有公务文书那样丰富和复杂,性质与作用也远没有公务文书那样严格和重要,在日常工作中却

经常使用,并有一定的写作规律和写作要求,应该掌握。事务文书包括的文体较多,本编重点介绍四种,分别安排了四节,即计划、总结、简报和调查报告。计划的目的是目标很重要,制订者一定要十分清楚明确,但是比计划的目的是目标更重要的是实现计划的措施和步骤。在一般人的写作实践中,总结常常被误解为对于已经完成的工作的回顾。不仅是工作,也包括已经完成的其他事情,比如会议、活动、学习等等,总之是对已经完成的事务的回顾。这种理解,实际上只是理解了总结这种事务文书的一半内容,而且还是不太重要的一半,更重要的一半应该是对于已经完成的工作或其他事情的评价。简报可以简称为一种内部报纸,它是用来传播内部信息的。是一种定期传播,性质和内容与公开发表的报纸总体说基本相同。所以学习写作简报的文稿,首先要遵循与公开发表的报纸基本相同的规律。内容要具有新闻性,语言表达要具有报道性,要具有一种动感和快节奏。调查报告像总结一样,在学习这种文体的写作以前,最好先把它定义弄清楚。按照一般理解,调查报告是将调查的结果写成报告。果真这样理解,那不过是仅理解了这种文体一半内容。还有更重要的一半,就是研究。完整的定义必须是将调查和研究的结果写成的报告。关键是对于材料的分析、判断与推理。一个好的写作者的真正功夫是在这里。材料可能是客观的,也可能是被动的,而作者却可能是主观和主动的。哪些材料是真的,哪些材料是假的,哪些是典型的,哪些是一般化的,哪些是表面的,哪些才代表一种本质力量,全凭写作者去把握了。明确了这个道理,对于调查报告这种文体的实际写作,问题也就不很大了。

公关文书可以说是中国的一种新兴文书,是随着中国进入新时期以来经济体制改革的步伐而一起向前迈进的。旧有的计划经济的体制不大讲究“公关”,一切都在计划之下,一切都被计划了,也就没有什么“公关”的空间。市场经济却完全不同。从某种意

义上说,市场经济是一种自由空间的经济。随着中国经济体制改革的不断深入,经济的自由空间会越来越大。“公关文书”在中国的应运而生并快速发展因此也就不可避免了。在所有的公关文书中,最能体现公关文书特征的文体当推公关广告,所以公关广告被安排在了公关文书的首要位置。排在第二位置的是公关新闻,排在第三位置的是公关信函,最后一节内容是公关通知书,就是人们通常使用的“请柬”。不管是学习哪一种公关文书,最重要的是人的观念一定要迅速跟上时代发展。实际情况却常常不尽人意,尽管中国经济体制改革已经走过二十余年的历程,一些人的脚步却并没有跟上来,一些人还沉浸在“酒香不怕巷子深”的陈旧观念里。孰不知“酒香不怕巷子深”先要有一个大前提,那便是在整条巷子里只有你一个酒家。如果这条巷子里还有别的酒家,甚至别的酒家在巷子的街面上已经排满,你这个在巷子深处的酒家香气不但飘逸不出来,恐怕早就被别的酒家的酒味给压住了。“回头客”和“口碑”在任何时代可能都是很重要的,但是在信息时代,占领市场的最快捷途径,也许更是至关重要。市场的至高点,几乎就等于战场上战略要地的至高点。别人走在了你前面,你可能就陷入一种被动局面。而扭转一种被动局面,也许比初始的进攻要付出多许多的努力和代价。所以观念不改变,没有很强的公关意识,“公关文书”的写作就无法提到日程上来。一个企业决策者的观念尤其重要。一个企业的政策的确定和有效实施,最终起作用的可能就是决策者的观念。特别是中国当前金融、保险和证券业的决策者,既往的公关观念不是很强,现在已经到了必须奋起直追的时候。观念赶上来了,观念前卫了,“公关文书”就会随之而大有用武之地了。

本书下编介绍的“金融实用文体写作知识”,是对中编“实用文体写作知识”的更具体划分,同时也是对于上编“写作基础知识”的更具体运用。说是“金融实用文体”,实际上所包括的不仅是“银行