

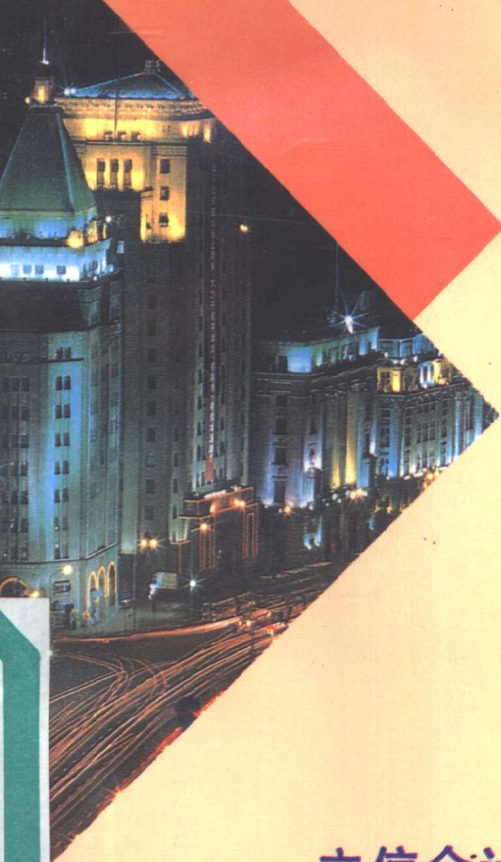
XINBIAN

JINGJI YINGYONGWEN
XIEZUO JIAOCHENG

新编 经济应用文 写作教程

主 编 盛明华
副主编 洪智均

立信会计出版社



新编经济应用文写作教程

XINBIAN JINGJI YINGYONGWEN XIEZUO JIAOCHENG



主 编 盛明华
副主编 洪智均
编写者 张业余 童慧刚
洪智均 盛明华

2002.3.00
H152.3 / 13



立信会计出版社

新编经济应用文写作教程

主 编 盛明华

副主编 洪智均

立信会计出版社出版发行

(上海中山西路 2230 号)

邮政编码 200233

新华书店经销

立信会计常熟市印刷联营厂印刷

开本 850×1168 毫米 1/32 印张 14.75 插页 2 字数 360 000

1997 年 9 月第 1 版 1998 年 7 月第 3 次印刷

印数 12 001—18 000

ISBN 7-5429-0518-X/F·0480

定价：22.70 元

前 言

随着经济建设的加速发展,经济应用文写作日益受到社会的重视,不少大中专院校相继开设了各种应用文写作的课程。为适应社会不断发展的需要,使学生更好地掌握经济应用文的写作知识,我们在总结数年教学经验和教训的基础上,编写了这本《新编经济应用文写作教程》。

本书之所以称为“新编”,主要体现在三方面:一是,目前教材中有一些应用文的内容已经过于陈旧,不合时宜。为此,我们尽可能地按照有关新规定、新要求对它们作修改和更新;二是,充实了一些新形势下常用的应用文种;三是,本书中各种应用文所引用的例文较新,这样可以为学生的学习起到较好的示范、参照作用。

本书既注重写作理论的阐述,又附有规范的例文,还辅之相适应的写作训练,使写作的理论和实践紧密结合,便于学生提高应用文的写作水平。

本书的内容深入浅出,通俗易懂,具有较强的实用性。既可作为大中专院校的写作教材,也可供各类成人教育学校使用,还可以作为在职人员、社会青年的自学读本。

本书由盛明华任主编,并审定全书;洪智均任副主编;张业余和童慧刚老师参加了编写。具体分工如下:

第一编第一、二章由盛明华编写,第二编第三至第五章由张业余、盛明华编写;第三编第六至第十章及第四编第十一至十五章由盛明华编写;第五编第十六至第二十章和第二十二、二十三章由洪智均编写;第二十一章由童慧刚编写;第六编第二十四至第二十

六章由盛明华编写；第七编第二十七至第二十九章由洪智均编写；第八编第三十、三十一章由盛明华编写，第三十二、三十三章由张业余和童慧刚编写；第九编第三十四至第三十七章由张业余编写。

在编写过程中，我们参阅并引用了一些报刊、杂志和各类写作书籍中的例文，在此谨向有关例文作者深表谢意。

由于编者水平有限，书中难免有不当之处，恳请各位同仁、专家、读者不吝指教。

编 者

一九九七年三月十日

目 录

第一编 总 论

第一章 经济应用文概述	1
第一节 经济应用文的概念和沿革.....	1
第二节 经济应用文的特点和作用.....	3
第二章 经济应用文的写作基础知识	10
第一节 主旨和材料	10
第二节 经济应用文的结构	12
第三节 经济应用文的表达方式	18
第四节 经济应用文语言的特点和要求	19

第二编 经济日用文书

第三章 书信	32
第一节 一般书信	32
第二节 专用书信	37
第三节 求职信和推荐信	44
第四章 条据	49
第一节 说明性条据	49
第二节 凭证性条据	51
第五章 启事、声明、电报、电传	56
第一节 启事	56
第二节 声明	59
第三节 电报和电传	62

第三编 常用经济事务文书

第六章 计划	67
第一节 计划的概念、作用和种类	67
第二节 计划的写作结构和基本内容	69
第三节 计划的写作要求	72
第七章 总结	78
第一节 总结的概念、作用和种类	78
第二节 总结的写作结构和基本内容	80
第三节 总结的写作要求	82
第八章 简报	89
第一节 简报的概念和作用	89
第二节 简报的种类和特点	90
第三节 简报的写作格式和基本内容	92
第九章 调查报告	101
第一节 调查报告的概念和作用	101
第二节 调查报告的种类和写作步骤	103
第三节 调查报告的写作结构和基本内容	105
第四节 几种常用的调查方法	107
第五节 调查报告的写作要求	110
第十章 规章制度	117
第一节 规章制度的概念、作用和特点	117
第二节 几种常用规章制度的介绍	119
第三节 规章制度的常用结构和写法	121
第四节 规章制度的写作要求	122

第四编 常用公务文书

第十一章 公文的概念	131
-------------------------	-----

第一节	公文的概念、特点和作用	131
第二节	公文的种类	133
第三节	公文的格式和写作要求	134
第十二章	公告和通告	142
第一节	公告	142
第二节	通告	144
第十三章	通知和通报	150
第一节	通知	150
第二节	通报	157
第十四章	报告和请示	170
第一节	报告	170
第二节	请示	175
第十五章	批复、函和会议纪要	185
第一节	批复	185
第二节	函	188
第三节	会议纪要	193

第五编 财经专业文书

第十六章	市场调查报告	205
第一节	市场调查报告的概念和作用	205
第二节	市场调查报告的特点和种类	206
第三节	市场调查的步骤和方法	209
第四节	市场调查报告的结构和写法	211
第五节	市场调查报告的写作要求	213
第十七章	市场预测报告	219
第一节	市场预测报告的概念和作用	219
第二节	市场预测报告的特点和种类	220
第三节	市场预测的常用方法	222

第四节	市场预测报告的写作过程和结构·····	224
第五节	市场预测报告的写作要求·····	227
第十八章	可行性研究报告 ·····	234
第一节	可行性研究报告的概念、作用和特点·····	234
第二节	可行性研究报告的内容·····	236
第三节	可行性研究报告的结构和写作要求·····	238
第十九章	经济活动分析报告 ·····	249
第一节	经济活动分析报告的概念和作用·····	249
第二节	经济活动分析报告的特点和种类·····	251
第三节	经济活动分析报告的常用分析方法和写作 准备·····	254
第四节	经济活动分析报告的结构和写作要求·····	257
第二十章	经济合同 ·····	271
第一节	经济合同的概念和作用·····	271
第二节	经济合同的特点和种类·····	273
第三节	经济合同的结构和主要条款·····	275
第四节	经济合同的写作要求·····	279
第二十一章	经济广告 ·····	293
第一节	经济广告的概念和作用·····	293
第二节	经济广告的分类·····	295
第三节	经济广告的写作·····	297
第四节	经济广告的写作要求·····	302
第二十二章	说明书 ·····	307
第一节	说明书的概念和作用·····	307
第二节	说明书的特点和分类·····	308
第三节	说明书的内容和格式·····	309
第四节	说明书的写作要求·····	311
第二十三章	招标与投标书 ·····	316

第一节	招标与投标的概念和作用·····	316
第二节	招标书与投标书的内容和结构·····	317
第三节	招标书与投标书的写作要求·····	320

第六编 审计税务文书

第二十四章	审计报告·····	329
第一节	审计报告的性质和作用·····	329
第二节	审计报告的种类和写前准备·····	330
第三节	审计报告的写作格式和基本内容·····	332
第四节	审计报告的写作要求·····	334
第二十五章	几种常用审计报告·····	346
第一节	资产负债表审计报告·····	346
第二节	资产评估报告·····	353
第三节	验资审计报告·····	359
第二十六章	纳税检查报告·····	364
第一节	纳税检查报告的性质和作用·····	364
第二节	纳税检查报告的写作格式和基本内容·····	364

第七编 常用诉讼文书

第二十七章	起诉状·····	370
第一节	起诉状的概念和作用·····	370
第二节	起诉状的特点·····	371
第三节	起诉状的内容和格式·····	372
第二十八章	上诉状与申诉状·····	381
第一节	上诉状·····	381
第二节	申诉状·····	384
第二十九章	答辩状·····	400
第一节	答辩状的概念和作用·····	400

第二节	答辩状的特点和种类·····	400
第三节	答辩状的内容和格式·····	402
第四节	答辩状的写作要求·····	404

第八编 经济新闻

第三十章	经济新闻概述 ·····	408
第一节	经济新闻的性质和特点·····	408
第二节	经济新闻的作用·····	409
第三十一章	经济消息 ·····	411
第一节	经济消息的性质、写作结构和基本内容·····	411
第二节	经济消息的写作要求·····	415
第三十二章	通讯 ·····	420
第一节	通讯的特点·····	420
第二节	通讯的种类·····	421
第三节	通讯的写作要求·····	422
第三十三章	经济评论 ·····	428
第一节	经济评论的概念和特点·····	428
第二节	经济评论的种类和结构·····	429
第三节	经济评论的写作要求·····	432

第九编 经济学术论文

第三十四章	概述 ·····	438
第一节	经济学术论文的意义·····	438
第二节	经济学术论文的种类·····	439
第三节	经济学术论文的特点·····	441
第三十五章	选择课题和收集材料 ·····	443
第一节	经济学术论文的选题·····	443
第二节	经济学术论文的材料收集·····	445

第三十六章 构思与执笔表述 ·····	447
第一节 拟写提纲·····	447
第二节 执笔表述·····	448
第三十七章 撰写论文的研究和思维方法 ·····	451
第一节 研究方法·····	451
第二节 思维方法·····	453
附录 经济应用文常用词汇解释 ·····	456

第一编 总 论

第一章 经济应用文概述

第一节 经济应用文的概念和沿革

一、经济应用文的概念

要了解经济应用文,首先要了解什么是应用文。所谓应用文是指人们在处理公私事务、沟通信息时最常用的、具有惯用格式的一种文体,它又称实用文。

在日常的生活、学习和工作中,应用文与人们的关系是紧密相联、不可分割的。比如,与人联系,少不了留条、写信;读书学习时要作笔记;工作中要经常写计划、作总结、打报告等。应用文陪伴人的一生,一个人一生中看得最多、接触最多的要数应用文。任何人都离不开应用文。

经济应用文是应用文中的一个分支。它是指人们在处理解决经济方面的事务、沟通有关经济信息时所写的应用文。

二、应用文的产生和发展

人类自从有了文字,就有了应用文。文字的产生,主要是为了记事、交际,其次才是抒发情感。当初记事的片言只字就是无意识的应用文创作。随着文字和社会生产的发展,应用文也逐渐发展和丰富起来。周代的《尚书》就是我国较早的一部应用文写作专集。历代的制、诏、策、敕、诫、令、旨、谕、符、檄、章、奏、

表、疏等，均属应用文。甚至历代不少优秀的文学作品也是应用文，如：邹阳的《狱中上梁王书》、李斯的《谏逐客书》、司马迁的《报任安书》、诸葛亮的《出师表》、李密的《陈情表》、韩愈的《祭十二郎文》、魏征的《谏太宗十思疏》、苏轼的《教战守策》等，令人爱不释手，百看不厌。“应用文”这个名称的出现，是在宋朝张侃的《拙轩集·跋陈后山再任教官谢启》一文中，他说：“骈四俪六、特应用文耳”。意为在六朝、唐初时所写的应用文字，包括公文、书信、契约等，都采用四字、六字句式，相间成对的骈体文来表现。正式将其作为一种文体提出的是清朝文学家刘熙载，他在《艺概·文概》中说：“辞命体、推之即可为一切应用之文。应用文有上行、有平行、有下行。重其辞乃所以重其实也。”他不仅对应用文作了简要说明，还根据应用文的行文方向，把它分为三种，研究更深入了。

在当今社会，应用文，尤其是经济应用文与人们的联系更为密切。美国一位著名的社会预测家约翰·奈斯比特在风行于世的《大趋势——改变我们生活的十个新方向》一书中指出：“由工业社会向信息社会的过渡中，有三件最重要的事应该记住”，而其中一件就是：“在这个文字密集的社会里，我们比以往更需要具备基本的读写技巧。”原中国写作协会会长叶圣陶老先生也告诫说：“工作中、学习中、生活中经常需要写作，所以写作是非学不可的，而且是非学好不可的……大学毕业生，不一定要能写小说、诗歌，但一定要写应用文，而且非写得既通顺又扎实不可。”作为经济专业的学生更要掌握经济应用文写作的本领，否则有碍于自身的发展，影响工作，也谈不上更好地为祖国的经济建设服务了。

“应用文”这门课程，在我国开设时间不长，但已日益被社会重视。不少经济类高校、中专、职校现已普遍开设了这门课。一些专业技术职称考试，还设立了“应用文写作”这一科目，经济应

用文写作得到了人们广泛的认同。在美国，有一百多个专业开设应用文写作课，有 26 所大学和研究所还招收应用文写作的硕士生、博士生。不同专业的应用文写作已成了各专业领域人员必须掌握的技能。

第二节 经济应用文的特点和作用

一、经济应用文的特点

经济应用文作为一种文体与其他文学作品的写法相比较，除具有一定的共性之外，还有其独特的个性。一般来说，从小学到中学，学生写的大都是记叙文、议论文等文体，讲究语言的生动形象、情节起伏，采用多种描写手法，进行多样的抒情等。但这些作文的写法，不能套用到应用文的写作中去。一个学生平时作文写得很好，应用文不一定能写得好，这就需要了解掌握应用文写作的特点，才能写好应用文。应用文写作的特点主要有以下几种：

（一）实用性

应用文最大的特点在于“实用”，“实用”是应用文与其他文学作品的主要区别之一。一般文学作品的创作是“有感而发”，如《虞书》中所说：“诗言志，歌咏言”，《毛诗大序》中说，“在心为志，发言为诗，情动于中而形于言”。诗歌、散文、小说等文学作品主要是表达人们的喜怒哀乐之情、抒发理想、反映现实。而应用文的写作主要是为了解决实际问题，是“有事而发”，无事不发。比如要和远方的朋友联系，就要写信；要借款，就得立字据；向上级汇报工作、反映情况，要写报告；推销产品，要写广告等，都是为了解决实际问题而写，所以应用文往往被人称为实用文，是“为实用而作之文”。

（二）针对性

应用文的写作都有其明确、直接的对象。比如信写给谁？字据立给谁？报告打给谁？都有其对象，即使是一些广告、启事也是针对有关消费者、知情者的，只不过对象的范围大一些。而文学作品的阅读对象往往是不明确，没有严格的针对性，如一首诗、一篇小说、一部电影剧本，谁都可以看，谁都可以不看，老少不分，雅俗共赏。

（三）时效性

由于应用文是为了解决实际问题而写的，所以它的时间性很强。一旦出现问题，就必须及时反映，否则拖延时间就会给生活、工作、生产带来影响。尤其是当今社会，市场竞争激烈，信息传递慢，企业随时有被淘汰的危险。而信息反映及时，就会给企业带来效益。相对而言，文学作品的写作时间性不强，如《红楼梦》写了十年之久，欧阳修的《醉翁亭记》写好后又搁置了数月才发表。

（四）真实性

应用文写作必须讲究真实、客观，实事求是地反映问题，反映情况，不允许像文学创作那样，可以虚构，进行艺术再加工，“杂取种种、合成一个”，追求艺术的真；也不能发挥主观想象、夸大其辞，否则就会歪曲事实真相，蒙骗对方，误导消费者，给社会带来不良影响。

（五）程式性

所谓程式性是指应用文的写作有其特定、惯用的格式，这些格式，有的是长期以来约定俗成、相沿成习的，有的是由国家、有关部门统一制定的。如书信有书信的格式，公文有公文的格式，经济合同有经济合同的格式等，每一种应用文包括哪些内容，哪些在前，哪些在后，分几部分，都应严格遵守，不得随意标新立异，也不能像有些文学创作那样，随意编排，自由联想，打破时空观，讲究情节的曲折变化等。应用文的格式也不是一成不变的，随着社会的发展，人们生活习惯的变化，观念的变化，应用文写作格式也会随之变

化,使之更加方便人们表情达意的需要,更加顺应社会发展的需要。

(六) 平实性

由于应用文注重实用,所以它的语言也讲究务实,即语言要简洁、朴实、明白、准确、规范,以便于理解执行。“求其事理有当而已,尚简约不尚冗长,尚朴实不尚浮华”(陈子飞《应用文依法讲话》)。不能像文学创作那样讲究生动、形象、含蓄、朦胧、含不尽之意在言外,或以取悦打动读者。平实是应用文写作的基本风格。

二、经济应用文的作用

(一) 公关交际作用

在经济活动中,任何人、任何单位都免不了与外界接触、打交道。比如开业,要向工商管理局申请执照;双方合作,需签订协议合同;推销产品,要策划广告,发函等等,都需要应用文联系,以此来促进业务的开展,协调各方的关系。应用文表达清晰、准确,无疑会为企业树立良好的形象,促进企业的发展。

(二) 宣传教育作用

党和政府通过应用文下达各种文件、法规、制度,向全国宣传党和国家的方针政策,各地区、各部门、各企业也通过应用文推广先进经验,表扬先进人物,批评揭露不良现象,丑恶行为,制裁不法分子,以此来提高人们的思想政治觉悟,规范人们的行为,保障社会的安定,推动各项事业的健康发展。

(三) 沟通联系作用

应用文是加强上下级联系的纽带,也是与各有关方面联系的有效工具。比如上下级间的上情下达,下情上报;各单位之间的信息交流,经验交流,以此取人之长,补己之短,互相促进,共同提高,推动社会主义现代化的建设等。

(四) 凭证资料作用

在经济活动中,应用文也是开展工作,解决、处理问题的依据