

企业家外交实用文体写作

中国经济出版社

90年代

企业家外交丛书

杨岗 主编



编著

王希云

王韶云

于云 王力

●企业家外交丛书●

杨 岗 主 编

企业外交实用 文体写作

于云 王力 王希云 王紹云 编著

中 国 经 济 出 版 社

内 容 简 介

本书详细介绍了企业在对外活动中可能使用到的各种书信、公文、函件、合同、宣传稿等文体的写作方法及注意事项，并附有实例，具有较强的实用性。

责任编辑：木 青

封面设计：王 滨

企业外文实用文体写作

于云 王力 王希云 王韶云 编著

中国经济出版社出版发行

(北京百万庄北街3号)

各地新华书店经销

北京通县曙光印刷厂印刷

787×1092毫米 1/32 印张6.875 字数153千字

1990年5月第1版

1990年5月第1次印刷

印数：1—13,000

ISBN 7-5017-0599-2/Z 170

定价：3.80元

企业家外交丛书编委会

主 编 杨 岗

副主编 王长远 徐子毅

委 员 (按姓氏笔划为序)

于 云 马沉勇 王 力 王长远

王成虎 刘 琦 李宏学 陈建国

杨 岗 张 勤 徐子毅 栾建民

章建人

目 录

第一章 企业外交文体概述.....	(1)
第一节 企业外交实用文体的概念与作用.....	(1)
第二节 企业外交文体的特点与内容.....	(2)
第三节 企业外交文体应用写作的能力 结构.....	(4)
第四节 提高企业外交文体写作能力的 途径.....	(7)
第二章 企业家社交书信写作.....	(9)
第一节 一般书信.....	(9)
第二节 介绍信.....	(19)
第三节 证明信.....	(23)
第四节 贺信.....	(27)
第五节 感谢信.....	(29)
第三章 企业外交书信中的称呼艺术.....	(32)
第一节 称呼的一般知识.....	(32)
第二节 常用称谓常识.....	(42)
第三节 书信习语.....	(49)
第四节 祝颂语.....	(62)
第五节 文言尺牍常识.....	(63)
第六节 国际交往中的称呼.....	(68)
第四章 商用函件写作.....	(70)
第一节 商用函件写作原则与要求.....	(70)

第二节	商业函件的格式与写作方法	(75)
第三节	商情调研	(94)
第四节	商情报道	(101)
第五节	商品说明书	(107)
第六节	商品介绍	(111)
第五章	企业外交常用文体	(116)
第一节	请柬	(116)
第二节	祝辞	(120)
第三节	欢迎词、欢送词、告别词	(121)
第四节	导游词	(123)
第五节	聘书	(126)
第六章	企业外交电文写作	(128)
第一节	企业外交电文的作用和种类	(128)
第二节	一般业务电报	(129)
第三节	贺电	(133)
第四节	致敬电	(134)
第五节	唁电	(135)
第七章	招标书与投标书	(138)
第一节	招标与投标的概念和意义	(138)
第二节	招标与投标的程序	(139)
第三节	招标书及有关文件的写法	(140)
第八章	经济合同写作	(150)
第一节	经济合同的概念和种类	(151)
第二节	经济合同的写法	(153)
第三节	协议书、意向书和合资企业书	(156)
第四节	承包经营合同的写作	(162)
第五节	外贸合同的写作	(171)

第九章 广告写作	(174)
第一节 广告的概念、种类和意义.....	(174)
第二节 广告的主题及其表现方式.....	(180)
第三节 广告的基本结构和写作要求.....	(183)
第四节 广告文稿的创作技巧.....	(188)
第五节 广告短文与标题的创作技巧.....	(193)
第十章 企业外交新闻的写作	(197)
第一节 企业外交离不开新闻宣传.....	(197)
第二节 新闻写作的一般要求.....	(198)
第三节 消息写作.....	(199)
第四节 广播稿的写作.....	(202)
第五节 电视新闻稿写作.....	(204)

第一章 企业外交实用文体概述

第一节 企业外交实用文体的概念与作用

企业外交文体是企业对外具有实际应用价值的、有明确的对象和应用范围，有一定的惯用格式的各类文书。它是企业和企业家在处理各项对外公务或私人事务时所使用的重要文体，同时也是国际国内交往中的重要工具。

企业外交公文的应用写作，是企业家对外活动的信息积累和传播的载体，是企业成功的“粘合剂”，是企业经营转化为生产力的桥梁和工具，也是企业家智能结构的重要组成部分。

企业同外界进行经济活动往来中，要选择市场，物色客户，就要写商情调研类文章；要同客户洽谈生意，就必须写业务函电，制作合同；要推销商品，就必须写广告、商品说明书和商情报道；要设宴招待客户和送别客户，就要写请柬、欢迎词、欢送词等。上述这些为了

解决实际问题，有明确承受对象和惯用格式的文体都是企业外交文体。由此可见，外交文体在企业对外工作中的应用是十分广泛的。外交应用文是企业家在贯彻对外经济贸易的方针政策，完成各项外部交往计划任务中运用马列主义立场观点、方法及业务技术理论知识分析问题，解决问题的一种工具，是语文知识和技能在企业外部业务实践中的具体应用。企业外交文体在企业对外经济贸易工作中发挥着积极的作用。

企业外交文体能促进我国企业与世界各个国家和地区的经济技术合作和贸易往来，宣传和贯彻我国的外交政策，体现我国的社会意识形态和民族传统精神，增进我国和世界各国人民间的团结友谊，提高我国的国际威望和信誉，推动对外经济技术协作和贸易工作的开展。

企业外交文体能够广泛宣传、贯彻执行党的路线方针政策，加强企业同国内外各部门、企业间的联系，沟通情况，增强内外团结，推广先进经验，提高工作效率，以保证企业各项生产和工作任务的顺利完成。

在全面开创社会主义现代化建设新局面的历史时期中，我们应提高对企业外交文体的认识，努力学好、写好企业外交文体，使其在对外交往中继续发挥更大的作用。

第二节 企业外交文体的特点与内容

企业外交文体具有一般应用文体的共同特点：即实用价值大，格式固定，对象明确，内容充实，结构严谨，语言平实，简明等。但它还有由应用价值和使用范围所决定的自身特点：

(一) 必须受政策、材料与承受对象的严格约束，内容应具体、真实、明确。企业外交文体有很强的政策性，它要以党的方针政策为指导，要正确宣传党的方针政策。此外，工作任务，行文的承受对象以及写入文中的具体材料对写作者都具有极大的约束性。这种“约束性”要求写作者必须按照党和国家方针政策的要求，实事求是地从客观材料出发，具体明确地表达中心内容，不能掺杂文艺性的虚构和想象，不需要浮泛的描写和抒情。

(二) 文学表达必须简洁准确。企业外交文体所使用的语言表达方式以叙述和说明为主。凡文章涉及的时间、地点、事实、数字都必须准确无误、不能模棱两可，似是而非，不得任意扩大、缩小，一就是一，二就是二。企业外交文体对政策法规的遵循必须旗帜鲜明（有的本身就是对政策法规的解释或宣传），不可掺入半点感情色彩，文字力求朴实，特别是国际往来的函电中更应坚持我们的民族传统和尊严，施人以礼，不卑不亢，做到语言和气，有礼貌。

(三) 必须有约定俗成的格式。企业外交公文是有明确的承受对象和应用范围的。由于承受对象、文章内容的变化，便产生了各种不同的体例和格式。公文有公文的格式，总结有总结的格式，合同有合同的格式，都必须遵循。但是形式是为内容服务的。外交公文的体例和格式是在长期使用过程中约定俗成的，是随着时代的发展而不断变化的，不同的国家和地区也有差异。社会越是进步，人们对外交应用文格式的要求越趋于简便。旧时代的陈腐俗套，虚伪的词汇已逐渐消亡。我们在处理外交公文格式时，既不能标新立异，也不可墨守陈规，要着眼于使用醒目。

(四) 写作签发要及时。企业外交公文都是为解决已出

现或可能出现的具体问题而写的，“及时”是它区别于一般文章的一个重要特点。例如：“经济技术调研”和“商情报道”，如果不能及时提供国际市场、商品、价格等方面瞬息万变的情况，就不能起到提供依据，传递信息，指导生产的作用，从而失掉了调查研究 and 报道的意义；至于“业务函电”、“合同”的时间性就更强，如果积压拖延就可能给国家造成巨大的政治、经济损失。所以，外交公文从起草、传递到办理都必须做到迅速及时。

为了便于学习和写作，我们把企业常用的外交文体分为以下几类：

1. 书信类：包括一般书信、证明信、公开信、感谢信、慰问信、贺信、明信片等。
2. 商情类：包括经济技术调研、商情报道。
3. 业务函电类：包括业务函电、贺电、唁电等。
4. 经济管理类：包括经济合同、招标书、投标书、竞争演讲等。
5. 外事礼仪类：包括请柬、欢迎词、告别词、导游词等。
6. 商品宣传广告类：包括广告、商品说明书、商品介绍、新闻稿、写作等。

第三节 企业外交文体应用 写作的能力结构

能力是指认识客观事物并运用知识解决实际问题的本领，它是人的各种功能的综合。企业外交文体应用写作能力，是企业家和文秘外交人员的智力、技能、素质、修养诸

因素的综合反映，这种特殊能力主要由科学思维能力，政策水平，丰富的经济技术业务知识和文字表达能力组成。

（一）科学思维能力。企业外交文体的产生有一个从具体生动的直观到抽象的思维，并从抽象思维到实践的过程，从而认识并反映现实的本质和规律性。这种主观之识与客观之物的统一过程，要求企业家及其文秘工作人员具备三方面的思维能力：1.思维能力。就是独立思考并做出独立判断的能力。灵活性和创造性是权衡思索能力的标志。2.分析综合能力。就是对客观事物进行分解和剖析，然后将各个因素的分析合而为一，从而认识事物的本质和内部规律的能力。这种能力是制作企业外交公文的主要能力，要养成分析的习惯，学会分析的各种方法。3.概括能力。企业外交文体写作是在说明议程，直接表达对客观事物的认识和态度，这就要求它的内容具有高度的概括性。概括能力的高低取决于理论修养、知识、材料、透视力、语言功底等。

（二）较强的政策水平。任何一篇企业外交应用文都是党和国家的方针政策的具体体现。所以，具有较高的理论政策水平是写好外交应用文的一个极其重要的条件。较高的理论政策水平不是死记硬背马列主义的教条公式，不是空洞地在文章中讲政策，而是要求文章中表现出来的立场，观点，分析问题的方法，处理问题的态度是符合马列主义的基本原则与国家有关方针政策的基本精神的，是真正理解马列主义的精神实质，并能自然熟练地在文章中加以运用的。因此，只有认真学习马列主义、毛泽东思想，学好党的有关方针政策，树立辩证唯物主义和历史唯物主义的观点，提高理论政策水平，才能坚定无产阶级立场，分清是非，写好外交应用文。

(三) 经济技术业务知识。企业外交应用文同经济技术业务工作有着密切联系。写入企业外交公文的所有材料都是和经济技术业务工作有关材料。因此，要写好企业外交公文必须熟悉本系统，本部门，本单位的经济技术经营管理业务和工作环节。例如：“经济技术调研”和“商情报道”的基本材料，涉及国际市场、技术、商品行情的所有知识，涉及到经济技术市场商品行情的历史和现状。“技术业务函电”、“合同”的内容更是企业外交业务知识的具体体现。如果不具备起码的企业业务知识，就无法胜任企业外交公文的写作工作。所以我们在学习企业外交公文的同时，必须努力钻研业务，熟悉并掌握有关专业技术知识，不断提高技术业务水平和工作能力。

(四) 文字表达能力。也就是写作技巧。主要包括：立意能力、结构能力、语言能力、书写能力和良好的文风：1. 立意能力。就是选择和确立主题的能力，要求高远、新颖、集中、鲜明，要具有客观性、观念性、时代性。2. 语言能力。语言是人类最重要的交际工具。所谓“写作能力”，就是运用语言文字表达立意的能力。这种能力，包括语言材料（字、词、句）的积累，语言规律（词法、句法）的掌握，语言运用效益等。企业外交文体写作，要善于遣词造句，遵循语法。合乎逻辑，讲究修辞，注重“对象、场合、环境”。3. 结构能力。就是根据企业外交文体主旨的需要和人们的认识规律，分析材料主次，安排材料顺序的布局谋篇能力。4. 书写要求。文字规范、清楚，消灭错别字，正确使用简化字，字要写得清楚，工整；文面要清洁；正确使用标点符号，标题、段首，引文等。行教格式必须合乎习惯格式。5. 良好的文风。要求做到鲜明、准确。企业外交文体在这方面

要求尤其严格，因为一字之差，一语之偏，就可能造成重大经济损失。鲜明性就是旗帜鲜明，是非清楚，不吞吞吐吐；准确性就是如实地，恰如其分地反映客观事物及其本质。

第四节 提高企业外交文体 写作能力的途径

企业外交文体写作能力的提高，要从以下三个方面做起：

（一）日积月累，循序渐进。写作能力的提高是一个日积月累的过程，循序渐进的过程。既不能一蹴而就，也不是高不可攀，它是有径可循的。写作能力从无到有，从不会到会，从写的差到写的较好，从模仿到创新是要经历一个较长的过程。初学者要从实际出发，从基础开始，进行观察、思考、积累。

（二）博览借鉴，触类旁通。读书是写作的基础，是提高写作能力的重要途径。学习阅读的范围要广泛一些，做到“博采众家，取其所长。”企业外交文体应用写作涉及知识十分广泛，不博览、精读是写不好的。这里有两个诀窍：一是要读企业对外交往的各种文体的范文，甚至熟读成诵。二是阅读有关应用写作知识。企业外交文体写作已逐步形成自己的特点和习惯写法，这是无数人从事企业外交应用写作经验的结晶，初学者要认真学习，掌握其基本法则，少走弯路，及早入门。

（三）多写多练，反复实践。企业外交文体写作是一种实践活动。写作知识不经过实践，就转化不成写作能力。要想掌握应用写作的本领，必须在一定写作知识的指导下多多

实践。多读是借鉴，多练才能提高自己的真正本领。多写，争取一切动笔的机会，采取多种方法进行练习。要爱写、敢写、不要畏缩不前，也不要漫不经心。还要认真地修改。做文章是改出来的。在某种意义上说，写作的本领就是修改的本领，学会了修改，也就学会了写作。

第二章 企业家社交书信写作

第一节 一般书信

书信是人们日常生活、工作中不可缺少的交际、交流思想的工具。随着通讯技术的发展，将来的信函有被电报、电话或明信片取代的可能，每天所发生的事都用报纸、收音机、电视准确、迅速、详尽地传播给了大众，但人们为了维系友谊，传递情感，讨论问题、托办事情、表达自己的见解，仍旧在写着各种各样的信。历史上曾保存和流传下来许多信函、当然多是一些秉赋不凡的人所写的，这些信件很多已成为历史文物和艺术品，为我们欣赏和品味，以至模仿，而在文学领域，信函早已成为文学创作的一种特殊体裁而被广泛应用。作为一个企业家，为了自己事业的成功，努力写好各种函件，是非常必要的。

一、书信艺术

1. 写信当如面读

最能引人入胜的信，是侃侃而谈，读来如

见其人的信，它散发出写信人的个性，就象他本人坐在我们面前，看着我们，跟我们面对面地恳谈一样。要使一封信能产生这种亲切、自然的效果，起码要注意这样几点：

1) 在私人信件中要尽量使用你自己的口语而不要拘泥形式，更不要咬文嚼字、矫揉造作地使用一些过于正式的书面措辞。

2) 正确、巧妙地运用标点符号，因为这些标点符号能表达出你语调的变化，情感的强弱，用得好可以传神。如说：“昨天晚上我们参加了一个舞会，那是一个盛大的舞会。”则不如说：“昨晚我们参加了一个舞会——好一个盛大的舞会啊！”

3) 偶尔不妨在句子适当的地方插入对方的名字，这可以给对方一种快感：你所讲的事对方具有特别的意义，或者是对方所特别关心的。

4) 不要停笔太久去想如何说某件事，以及如何措辞等等，最好是写信前把要写什么与怎样写想好了，然后下笔，一气呵成，这样自然行文流畅，也才象你是在和对方谈而不是在“写”。

2. 起头难

即使是一见到你的来信就高兴的人，恐怕也不愿看到你这样的开头：“我知道我应该早点给你写信，但我实在是没有什么事情可写。”或者：“我猜想你大概认为我很懒惰，但你也知道我是多么讨厌写信。”遗憾的是这些句子却被人们经常不自觉地使用着，他们一点也不知道自己实际上正在表露着不友善的想法。

如果你能把上面的句子换几个字，你就不会无意义地开罪朋友而砰然关上友谊之门，相反，而是把这扇大门敞开了：