

乡镇企业 实用写作指导

主编 郭恩吉

中国人民大学出版社

乡镇企业实用 写作指导

主编 郭恩吉

副主编 赵翠仙 陈贵之 贾鹏敏

中国人民大学出版社

(京)新登字156号

乡镇企业实用写作指导

主 编：郭恩吉

出版者：中国人民大学出版社

发行者：中国人民大学出版社

(北京海淀路39号 邮码 100872)

印刷者：北京华生印刷厂排版

北京市丰台区丰华印刷厂

经销者：新华书店总店北京发行所

开 本：850×1168毫米32开

字 数：210 000

印 张：8.5

版 次：1993年7月第1版

印 次：1993年7月第1次印刷

册 数：1—6 000

书 号：ISBN7-300-01741-x/H·87

定 价：5.20元

前 言

1992年9月，中国第一所省级乡镇企业学院在河北省省会石家庄市创立。之后，全国又有若干所乡镇企业院校相继成立。《乡镇企业实用写作指导》这本教材是为适应这类学校的教学需要而编著的，从实用这一目的出发，为乡镇企业逐渐走向管理系统化、科学化，造就适应乡镇企业发展需要的文秘人才而编著的。

乡镇企业学院的培养对象是：乡镇企业用得上、留得住、干得好的高、中级生产经营及企业内部各方面的管理人才和技术人才。他们不仅需要掌握丰富扎实的专业知识和各种专业技能，而且需要具有较高的公关本领和文字表达能力。企业科室、车间、班组要制订计划、写总结；生产经营过程中遇到问题，要写报告、请示；业务洽谈要订立合同、协议书；技术更新、改造，要拟写报告或建议书；为了适应瞬息万变的市场形势，要进行市场调查，写市场调查与预测报告……。可以说，乡镇企业的管理是离不开写作这一工具的。乡镇企业学院开设“实用写作”这门公共必修课，正是为了提高学生的写作水平，特别是提高学生写作企业所需的各种实用文的水平。

《乡镇企业实用写作指导》是在对若干不同性质的企业的调查了解的基础上，并经过一学期教学实践的检验后编写而成的。具有难易适度、循序渐进的特点，基本上适合中等学历的学生和企业职工的接受水平。

本教材注重实用性，除通俗、简明地介绍各类文体写作知识、写作理论外，还配有适量的练习题，供教师指导训练时参考。

本教材由陈贵之同志负责审阅全稿。纲目由郭恩吉设计。郭

恩吉、赵翠仙、贾鹏敏同志分别对初稿进行了某些章节的修订。

写作分工为：

郭恩吉：第一章、第五章、第六章、第十章。

赵翠仙：第二章。

贾鹏敏：第三章。

汪艳霞：第四章。

曹志平：第七章。

田德福：第八章。

魏 超：第九章。

徐立辉、郭丽萍：第十一章。

任晓敏：第十二章。

梁素青：第十三章。

本教材在编写过程中学习和参考了一些相关教材和专著，吸收了其中的某些长处，在此谨向有关作者一并表示感谢。

由于时间仓促，加之水平有限，恐多有不当之处，敬希同行和专家批评指正。

编 者

1993年2月于石家庄

目 录

第一章	乡镇企业实用写作概说	1
第一节	性质与特点	1
第二节	写作前的准备工作	5
第三节	构思	8
第四节	表达	14
第五节	修改	23
第二章	公文常识与乡镇企业常用公文	28
第一节	公文的性质、作用与分类	28
第二节	公文的格式	33
第三节	通知	39
第四节	通报	50
第五节	报告	54
第六节	请示	60
第七节	函	64
第八节	会议纪要	69
第三章	乡镇企业计划与总结的写作	74
第一节	计划	74
第二节	总结	81
第四章	乡镇企业简报的写作	91
第一节	简报的性质、特点与作用	91

第二节	简报的种类和写法格式	94
第五章	乡镇企业规章制度的制订与写作	102
第六章	乡镇企业市场调查与预测报告写作	110
第一节	市场调查报告	110
第二节	市场预测报告	115
第七章	乡镇企业商品广告和产品说明书的写作	213
第一节	商品广告	123
第二节	产品说明书	133
第八章	乡镇企业建议书的写作	139
第一节	项目建议书	139
第二节	合理化建议书	141
第九章	乡镇企业合同的写作	147
第一节	经济合同	147
第二节	经济合同的附类	157
第十章	乡镇企业审计报告的写作	164
第一节	审计报告的性质、作用与特点	164
第二节	审计报告的分类	166
第三节	审计报告的写作及其要求	168
第十一章	乡镇企业常用法律诉状的写作	175
第一节	诉讼文书的作用	175
第二节	诉讼参与人和诉讼程序	176

第三节	诉讼文书的种类	180
第四节	乡镇企业作为当事人常用的诉讼文书——民事 (行政)起诉状	181
第五节	乡镇企业作为当事人常用的诉状文书——民事 答辩状(含民事上诉答辩状)	191
第六节	乡镇企业作为当事人常用的诉状文书——行政 答辩状	199
第七节	乡镇企业作为当事人常用的诉状文书——上诉 状	204
第八节	乡镇企业作为当事人常用的诉状文书——申诉 书	213
第十二章	乡镇企业消息和通讯的写作	219
第一节	消息	219
第二节	通讯	231
第十三章	乡镇企业专题论文的写作	243
第一节	专题论文的含义及特点	243
第二节	专题论文的选题	244
第三节	专题论文的聚材	247
第四节	课题的研究	250
第五节	专题论文的成篇	254

第一章

乡镇企业实用写作概说

乡镇企业异军突起，是中国农村实行“家庭联产承包责任制”之后的又一伟大创举。但是，作为一个新生事物，乡镇企业在开拓前进中已经显露出的弱点却是不容忽视的。就乡镇企业总体来讲，它的技术状况与它在国民经济中的地位是很不相称的，其根源主要在人才匮乏所带来的技术落后，职工素质低下。据有关统计资料表明：1989年之前的10年间，在乡镇企业职工中，工程技术人员仅占0.83%，具初中文化水平的职工占总数的51.2%，37.5%的职工文化水平在小学以下。这一文化状况如不迅速改变，就很难适应瞬息万变、错综复杂的市场经济的发展，很可能成为“大力发展乡镇企业”过程中的严重障碍。乡镇企业学院的建立，将使大力发展的乡镇企业具有了自己的人才培养基地。《乡镇企业实用写作指导》就是为乡镇企业学院提供适用教材而编著的。

乡镇企业实用文是直接参与乡镇企业生产经营及各方面管理工作的有力工具。写作水平，从某种意义上讲，已成为检验企业职工素质水平的主要标志之一。

第一节 性质与特点

一、性质

乡镇企业实用写作属应用写作范畴。应用写作的研究对象非

常宽泛，有人认为“一切与文学类相对的各种业务所需要和日常所需的文章”，均属应用写作的研究范畴，而乡镇企业实用写作，则以研究与乡镇企业生产经营及各方面管理工作有关的文章的写作规律为对象。乡镇企业既要运用企业部门特有的一些文体，如商品广告与产品介绍、市场调查与预测报告、技术报告与建议书等等，也要运用一些通用文体，如公文、计划、总结、消息等等。为便于教学，本教材将企业部门经常使用的各类文章统称为乡镇企业实用文，并将其中使用频率高、实用价值大的文体种类作为讲述内容。

二、特点

在讲乡镇企业实用写作之前，有必要先介绍一下应用写作的特点。应用写作有如下特点：

（一）具有实用价值

应用文是一切实用文章的统称，用以办事，直接显示效果是它的突出特征。如上级某项规则、规定一旦下达，就成为约束人们行为的准绳；经济交易双方一旦依法签定了合同等书面信约，就负有无可摆脱的经济责任；写给交际对方的贺信、请柬等文书，是为了联络感情，密切关系，增强合作等等。总之，一切应用文都是“为事而文”的，并且具有直接具体的实用效应。这正如古人所说的“虽艺文之末品，而政事之先务。”（刘勰《文心雕龙·书记》）

（二）遵守真实性原则

任何文章都要求具有真实性。但文学作品要求是经过艺术加工的典型化、理想化的真实；应用文要求的则是完全符合客观事物本来面目的具体的真实。

应用文所用材料必须确凿无疑，并具有明确的指向性，写人必有其人，写事必有其事，与人、事相关的环境、背景、时间、地点等要与客观实际完全相符。使用的数字要有切实的根据和原

始来源，决不以估算为据，并且坚持反复核实，做到钉铆无差。叙述朴实无华，可根据需要删繁就简，但决不允许夸张雕饰，即使细枝末节也要与客观实际保持一致。应用文的一些观点或归纳的条款应产生于对事实材料的客观冷静的分析和推断的基础上，反映客观事物或现象的本质，决不能凭主观臆断，更不能依附于现成的条条框框。

总之，坚持应用文写作的真实性原则，就要坚决反对想象、虚构、夸张、雕饰、估摸和武断，乃至“唯书”和“唯上”等等观念和做法；而要坚持实践第一的唯物主义观点和客观真实的写作作风。

（三）具有比较明确的读者对象

应用文有其特定的读者对象，而不像文学作品那样，谁都可以读，谁也可以不读，没有任何约束。如一个有关工作的“通知”、一封有关批示的“公函”，发给谁的就由谁来阅知，是所司公务的内容，不及时阅知就要误事，而与局外人毫无关系。私人信函，只有受函者阅知，其他人开拆就是违法行为。再如，汇报工作要向上级主管部门写“报告”，有具体事宜需上级批示后执行，要向上级主管部门写“请示”，横向联系工作，要互发函件，等等。总之，应用文写作一般都有比较明确的读者对象。说是“比较”，是因为有些应用文种的阅读对象比较广泛，内容所涉及的问题比较复杂，如关于区域性的综合开发调查报告，就不仅当地政府机构有关领导要研读，有关部门的专家学者要研读，而国内外投资开发人士也要研读，所以只能说有一个大致的读者范围。

（四）具有一定的格式

应用文在实际工作中使用频繁。人们在长期使用过程中，为了形式醒目，处理方便，逐渐形成一套约定俗成的格式。如“书信”有称呼、正文、祝颂语、署名和日期等，“启事”有标题

(“启事”、“招生启事”、“征文启事”等)、正文(写明需要公开说明或期望帮助的事项)、结语(另行空两格写“特此启事”)、落款(写启事人姓名或启事单位名称,标明具体年月日)。国家行政机关的公文,也属应用文范畴,其格式也是约定俗成的,经过整理,由国家做出明确规定。1987年2月18日,国务院办公厅颁布的《国家行政机关公文处理办法》中第三章第八条规定了公文格式的组成部分和内容要求。而公文的不同文种又都有其各自的行文格式。公文的这种格式的规定性是应用文区别于其他文章的明显特征之一。

(五) 语言朴实、通俗、简明

应用文写作须适应办事的需要,一般说,语言要朴实、通俗、简明,让人一看就懂,不产生歧解。所谓朴实,就是说它不追求描述,不滥用形容词,也不作不必要的比拟和夸张。应用文的作者要善于运用明白晓畅、精炼的文字,准确、完整地表达内容,做到主旨突出,条理清晰,易记易说。不得滥用生僻的词语和虚词,不得生造怪字怪词,更不得造作冗长或洁屈聱牙的句子。

乡镇企业实用写作,除具有应用文的特点外,还有两个特点:

1. 反映与企业生产经营活动有关的内容

乡镇企业实用文是用来反映企业生产经营以及各方面管理工作的一种专业性文体。它作为直接参与乡镇企业各方面管理活动的文字工具,当然要坚持为企业服务的方向,写作的具体内容也当然离不开贯彻党和政府发布的各种与乡镇企业有关的政策,特别是经济政策,以及乡镇企业的生产、销售、计划、劳动、物资、财务和成本等项管理工作。

2. 具有较强的实效性

当今市场经济大力发展,竞争激烈,情况瞬息万变。企业实

用文的写作必须做到短、精、快。否则，就会错过机遇，造成损失。

第二节 写作前的准备工作

如同办好任何事情，预先要做好准备一样，乡镇企业实用写作，在动笔之前，也要做好充分准备。俗话说，凡事“预则成，不预则废”。准备工作大致包括两个方面：一是材料准备，一是思想准备。

一、材料准备

俗话说，“巧妇难为无米之炊”，或说“兵马未到，粮草先行”，写作必须先做好充分的材料准备。乡镇企业实用写作所需的材料，指的是说明观点的基本情况、事实以及数字等等，它是不可缺少的“物质基础”。一般地说，撰写的文稿质量如何，常常取决于我们手中掌握和使用的材料的数量和质量如何。因此，在写作中，除了内容简单的通知、计划、表册等文件资料 and 重要文件的例行报告，业务往来的函电以及请谏、聘书等等之外，实用文写作必须重视材料的准备工作。

材料，从性质上可分为事实材料和事理材料两类。这两类材料在企业实用写作中，有的可作为“依凭材料”，有的可作为“摄入材料”。“依凭材料”不直接写入文章中，而是作为形成各种规定、办法、措施、意见等条款或提炼文章主旨、观点的基础和依据；“摄入材料”则由撰写者根据表达主旨、说明观点的需要，直接写入文章之中。材料是写作的第一需要，是形成文章的物质基础，而从某种意义上讲，材料也是写作的根据或“源泉”。材料不充分，就很难产生好文章。

材料要充足。写任何文章都是如此。正确的认识和思想观点是从实践中得来的，是根据实践中积累起来的材料总结、归纳出

来的。

丰富的材料储备是材料择优的前提。有“量”才能有“质”，搜集的材料越多，选择的余地越大。同时，人们的认识也有一个由量变到质变的过程，一种认识的形成，决不是一项两项非典型的材料所能决定的，而是建立在十分丰富可靠的材料的基础上的。例如，1927年，毛泽东深入湖南五个县，进行了三十二天的调查，才得出农民运动是“好得很”而不是“糟得很”的结论。他在《湖南农民运动考察报告》中，仅“十四件大事”一节中就涉及几十项材料，可想而知，他在写作之前的调查中，掌握了多么丰富的材料。又如，在50年代，魏巍同志写《谁是最可爱的人》之前，在炮火连天的战场上，在冰雪覆盖的坑道里，搜集了上百个具体材料。最初写出来的题为《自豪吧，祖国》，曾用了其中的二十多个例子。后来征求意见，分析研究，保留了五个例子。最后又删去两个，只精选了三个典型事例。可见，只有搜集材料充分、丰富多彩，选用材料才能去粗取精。

材料从哪里获得？毫无疑问，要靠平时积累。乡镇企业各类实用文无不直接或间接地反映工厂、公司的生产、工作、生活、学习及各方面管理活动，这些都是材料的来源。作为企业实用文的作者，如果对车间生产不了解，对企业生产与经营活动不熟悉，对广大职工生活不了解，就不可能获得写作材料，当然也就很难写出好文章来。要获得丰富的写作材料，就要深入实际、体验生活，进行多方位、多角度的“调查研究”，并且善于及时地分析总结。此外，还要争取机会参与各种类型的目标性调查研究活动。这些做法是搜集材料的根本途径，因为，通过这些途径，我们获取的是较可靠、真实的“第一手”材料。

获得和积累材料的另一途径，就是翻检各种与专业有关的文献资料，获取间接材料，或说“第二手”材料。文献资料中的活流是人类意识产品的精华。浩如烟海的文献资料，是取之不尽，

用之不竭的宝库。研读各种文献资料，可以补充感观所及之不足，开阔我们的眼界。

关于材料的搜集和积累问题，最后要强调几点：一是要重视平时积累，材料总是用时方恨少；二是要有针对性，要从实用目标需要出发，考虑材料的保留价值。这就要注意检查材料是否真实、具体、典型，内容和提法是否新鲜，要不断“吐故纳新”，以适应社会发展和观念更新的需要，避免材料堆积如山，新旧材料混杂，翻检时费时费工，影响写作效果。

二、思想准备

思想准备，主要包括两个方面：

（一）认真学习马克思主义经济学理论和有关的经济政策

乡镇企业实用文与企业的生产经营活动等密切关联，具有较强的政策性。要写好这类文章，作者必须认真学习和掌握马克思主义的基本理论，特别是经济理论和国家的有关经济政策、经济法规，不断提高自己的理论修养和政策水平，增强法律意识。只有这样，才有可能保证在千变万化的社会经济现象和复杂的经济关系面前保持清醒的头脑，坚持探求规律、按规律办事的原则，并且正确分清各种政策界限，分清守法与违法、主流与支流、现象与本质的界限，从而写出具有较高质量的文稿来。

然而，需要强调的是，理论和政策的学习与掌握主要靠日积月累，用中掌握。

（二）认真领会领导意图

乡镇企业实用文多是“奉命”之作。这个“命”，就是领导意图。它往往是由领导者个人或领导班子集体认真研究后形成的。领导意图大致包括行文的原因、目的、对象、范围及文章要表达的主要观点、使用的主要材料、决定的具体内容等。

最后要讲的是：撰写者对领导意图决不能毫无责任心地被动地接受，而要善于发动自己的大脑机器认真地进行分析，必要时

应采取适当形式的合理的参议。凡属正确的，要坚决遵办；不完善的，要取得领导同意后补充；不正确的，要诚恳地提出自己的不同看法，与领导商议。既不能唯上是从，又不能擅作主张，以个人的看法取代领导意图。

第三节 构思

构思是写作活动中至关重要的环节。“凡作文之道，构思为先”，思路清楚，文章才能写得清楚。构思是行文的基础，一切类型的写作都一样，作者在基本完成准备阶段的任务之后，就要对所占有的材料进行分析、研究，从而确立中心，理顺思路，对文稿的内容和形式作出总体设想，初步确立写什么，怎么写。这个酝酿文稿的思维活动过程就是构思。

构思是一种创造性的思维活动。因为，企业管理方法的探索、管理决策的形成以及管理经验的总结，都需要认识的不断深化和表达方式的不断改进，这些都离不开具有个性特征的创造力。

构思的主要任务是：确立主旨，选择材料，安排结构。

一、确立主旨

确立主旨，就是通常说的“立意”，是构思过程中的首要问题。“意在笔先，举止闲暇，意在笔后，手忙脚乱。”（〈清〉刘熙载：《艺概·文概》）“无论诗歌与长行文字，俱以意为主。意犹帅也。”（〈清〉王夫之：《姜斋诗话》卷下）引文中的这个“意”，就是“主旨”。主旨是作者通过文章内容表现出来的基本思想和观点，是文章的“统帅”、“主脑”。“凡为文以意为主，以气为辅，以辞采章句为之兵卫。”（〈唐〉杜牧：《樊川文集·答庄充书》）无论是材料的取舍，结构的安排，文体与表达方式的选择以及语言运用，都要服从主旨的需要。

乡镇企业实用文主旨的确立，既要遵循一般文章的规律，又要体现自身的特殊性，这主要表现在两个方面：一是从主旨的产生看，企业实用文主旨的确立，常常要受领导思想或企业规章的制约，有着客观的规定性。作者根据事先确定好的主旨即写作意图和中心思想来组织材料，而不是根据具体材料和主观意识去发现、提炼、自由、灵活地有感而发。二是从主旨的形成过程看，它常常是集体智慧的结晶，至少是撰写者、企业领导者、上级意图和社会意识等诸方面因素的融合，其中企业领导者意图往往起着主导的作用。而由于企业实用文时效性较强，确立主旨，一般说酝酿时间比较短。

对主旨的要求，一切文章的写作都一样，要求做到：正确、鲜明、集中。

正确。主旨必须符合党在特定历史时期的路线、方针、政策和国家的法律、法规，体现时代精神，必须符合客观实际情况，能正确反映事物的本质和规律，对现实的工作起积极的指导作用，经得起实践的检验。正确，这是对主旨的基本要求。能不能确立正确的主旨，其根本问题是写作参与者的思想水平、理论修养的高低和认识客观事物、解决问题能力的强弱。一般来讲，执笔者善于领会领导意图，善于深入实际，把握实情，并且讲求科学的思维方法，是保证主旨正确的关键。

鲜明。所谓鲜明，是指主旨明确，赞成什么，反对什么，倡导什么，禁止什么，观点明确，态度明朗。“文人之笔，劝善惩恶也”，（〈汉〉王充：《论衡·佚文》）王充这句话固然是针对文学创作讲的，但对实用文写作也不乏有益的借鉴：它道出了一切文章的作者都应具备的鲜明立场和情感。然而，怎样才能保证主旨鲜明呢？主旨要鲜明，首先要具有针对性。就企业实用写作来说，就是要回答企业及其相关环节中出现的实际问题，要反映具体事物，少讲些脱离实际的空话、套话。二是语言表达要清楚明白。