

Secretary

教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会
“十二五”规划教材

文化素质教育系列

商务写作 与实训

主 编 周爱荣

副主编 施剑南 魏景霞 杨黎丽



YZLI 0890088954



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会

“十二五”规划教材

文化素质教育系列

商务写作与实训

主 编 周爱荣

副主编 施剑南 魏景霞 杨黎丽

参 编 邹 婷 邹新忠



YZLI 0890088954

重庆大学出版社

内容提要

本书把商务写作任务划分为11个项目,包括认识商务写作、商务公务文书、商务管理文书、商务公关礼仪文书、商务会议文书、商务告启文书、商务传播文书、商务报告文书、商务策划文书、商务协约文书、涉外商务文书等,每个项目细化为若干个任务。全书采用任务驱动、知识精讲、写作技法、范文评析、写作实训提示、相关链接、练习与实训的体例安排,每个项目后又设有综合实训,融文种知识与写作实训于一体,重视实践训练,引导学生把理论知识转化为写作能力,做到教、学、练、做一体化,以期达到提升写作技能的目的。

本书精选了大量例文与实训案例,以帮助学生更好地理解知识、运用知识,最终提高写作能力。

本书适用于高职高专文秘、工商管理类、财经类专业及社会人士学习写作使用。

图书在版编目(CIP)数据

商务写作与实训/周爱荣主编:—重庆:重庆大学出版社,2010.9

教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会“十二五”规划教材

ISBN 978-7-5624-5418-2

I. ①商… II. ①周… III. ①商务—应用文—写作—高等学校:技术学校—教材 IV. ①H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 081606 号

教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会“十二五”规划教材

商务写作与实训

主 编 周爱荣

副主编 施剑南 魏景霞 杨黎丽

策划编辑:邱 慧 贾 曼

责任编辑:杨 敬 邱 敏 版式设计:邱 慧

责任校对:秦巴达 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

重庆东南印务有限责任公司印刷

*

开本:787×1092 1/16 印张:19.75 字数:432千

2010年10月第1版 2010年10月第1次印刷

印数:1—3000

ISBN 978-7-5624-5418-2 定价:36.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

总序

2006年1月,教育部下发了《教育部关于成立2006—2010年教育部高等学校有关科类教学指导委员会的通知》(高教函[2005]25号),经过调整,教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会(以下简称“教指委”)由下列人员组成:孙汝建(主任委员)、严冰(副主任委员)、郭冬、时志明、曹千里、王金星、杨群欢、王箕裘、韦茂繁、陈江平、李丽、张玲莉。

“教指委”成立以来,始终把教材建设作为重要工作来抓。设立了专业建设分委员会、师资培训分委员会、实训基地建设分委员会。由主任委员兼任专业建设组组长、专业建设分委员会主任,具体负责包括教材建设在内的文秘专业建设研究和指导工作。委员会先后召开了五次委员会会议;举办了三期全国文秘专业骨干教师培训班;建立了全国高职高专文秘专家库并开展研讨活动;承担教育部课题“文秘专业规范研制”的研究;在全国高职高专遴选和建设了三批教指委精品课程;设立了三批文秘专业研究课题;举办了两届全国高校文秘技能大赛;对全国六百多所高校的文秘专业进行了问卷调查;等等。“教指委”始终把教材的研究与开发作为主线贯穿在这些活动中,并多次组织专题研讨,在认真调查研究、反复论证的基础上,组织编写了教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会“十二五”规划教材36种,由主任委员任总主编。经过网上公开招标、委员投票,该套教材由国家一级出版社重庆大学出版社出版。

2009年8月24—27日,由“教指委”主办、重庆大学出版社承办的本系列教材主编会在重庆召开。会议期间,主编们就高职高专文秘专业课程设置、教学目标以及本系列教材编写指导思想、编写原则、体例和编写队伍组成原则等问题进行了认真而热烈的讨论,达成了以下共识:1. 根据我国高职高专文秘专业各方向的培养目标、专业建设、课程建设的发展规律与趋势以及国家秘书职业资格证书的考证要求、用人单位对文秘人才的需求,构建编写大纲、选择编写内容、设置编写栏目。2. 教材编写以文秘专业学生应具备的基本素质、基础知识、基本职业能力、核心职业能力为依据。3. 教材使用对象以高职高专学生为主体,兼顾文秘培训和秘书行业的社会需求。4. 教材内容以“够用为度,适用为则,实用为标”为原则,给课堂教学留有发挥空间,突出主要知识点,实训举一反三,紧扣文秘岗位实际,表达准确流畅。5. 教材由秘书职业基础、职业技术与技能训练和文化素质

课程(高职高专各专业通用)两大版块组成。6.教材资料尽量使用2007年以后的新成果,保证教材内容的前沿性。7.教材采用立体开发的方式出版,除了纸质教材外,还包括教学资源网站和教学资源包。

会后,本系列教材主编积极组织力量,遴选副主编和参编者,以每本教材为单位,分别组织研讨和开展教材编写工作。

经过长期运作,本系列教材36本终于面世。其中:

(一)秘书职业基础、职业技术与技能训练课程系列23种

秘书理论与实务	秘书写作实务
涉外商务文书	文案阅读与评析
档案管理实务	社会调查实务
办公室事务处理	秘书信息工作实务
会议策划与组织	中国秘书简史
商务秘书实务	秘书岗位综合实训
秘书职业概论	秘书思维训练
领导科学与领导艺术	毕业设计(论文)写作指导
人力资源管理理论与实务	企业管理基础
秘书语文基础	市场营销理论与实务
办公自动化教程	公共关系实务
秘书心理与行为	

(二)文化素质教育系列13种

规范汉字与书法艺术	普通话训练
口语交际与人际沟通	新闻写作
社交礼仪	商务写作实训
实用美学	形体塑造与艺术修养
文化产业基础	中外文化概论
地域与旅游文化	文学艺术鉴赏
法律文书写作	

本套教材由“教指委”确定教材目录、提出编写意图、组织编写队伍、审定编写大纲、并对编写出版过程进行了全程管理、指导与监控;系列教材全体主编有丰富的教学经验和科研成果;出版社有较高的资质和声誉。全体编写者都怀有一个共同的愿望:在教指委指导下,编写出一套能全面反映文秘专业最新教学科研成果、代表文秘专业建设方向、能在较长时间内指导全国高职高专文秘专业教学的精品教材。

重庆大学出版社从领导到项目负责人,对教材的组织编写到出版一直给予高度重视和大力支持,特别是邱慧主任、贾曼老师几年来为教材辛苦奔走,精心策划、辛勤付出,其敬业精神令我们感动,我代表“教指委”及教材全体编写人员向他们深表敬意和谢意!

任何成果都是阶段性的,本套教材也不例外。但是,探索是无止境的,在教材的使用过程中,我们会发现修改的空间,在适当的时候,我们还可以对教材做适当的修订,使之日臻完善。

教育部高等学校高职高专文秘类专业教学指导委员会
华侨大学华文学院院长、教授
2010年6月16日于厦门

孙汝建

前言

为了进一步贯彻落实教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》等文件精神,构建与生产劳动和社会实践相结合的学习模式,把工学结合作为高等职业教育人才培养模式改革的重要切入点,带动和引导专业建设、课程建设、教材建设、教学内容和教学方法的改革,在教材建设中要“注重基础、突出实用、增加弹性、精选内容”,我们根据高职高专文秘专业的人才培养方案,国家职业岗位技术(秘书职业资格证书)的要求,用人单位对文秘人才的需求,按照工学结合、理论够用为度、突出实训的原则编写了这本《商务写作与实训》教材。

本书以“实用”为目标,以“实训”“创新”为特色。具有以下特点:

1. 新颖性

首先,本书在模块化构建的基础上,采用项目教学、任务驱动的编写体例。根据现代商务活动的内容和特点,把商务活动中所用到的文种设置为 11 个大的模块和项目。根据每个项目的内容又分设为若干个工作任务(项目一除外),在每个任务中设置“任务描述”(案例导入,引出任务)、任务分析(任务所涉及的知识点)、相关知识(文种常识精讲、写作技法指导)、范文评析、写作实训提示、相关链接(知识扩充)、练习与实训等栏目,大项目结束后又设置综合实训栏目,以便于把项目内的写作知识和技能进行综合训练,真正提高学生的写作能力。

2. 时代性

本书收录了大量的范例并进行了简要评析,所收录范例注重“时效性”,突出新颖性。例文尽量选用 2007 年以来的,尤其是在实训任务设置中,选用了不少 2009—2010 年发生的案例,如成立食品安全委员会、西南大旱、玉树地震、上海世博等。把这些刚刚发生的事件融入到学生的学习、实训中,一方面加深了对商务写作实用价值的认识,另一方面也拉近了学生与社会生活、与实际工作的距离,使他们能够及早融入到实际工作中,同时,也使教材具有了

时代特色。

3. 整体性

本书既不单纯讲写作理论,也不仅限于罗列编写一些实训练习题,而是结合职业技能和岗位标准,把理论知识与技能训练有机地结合在一起,开发与实际工作密切联系的、校内学习与实际工作相一致的、课堂与实习一体化的教材体系。理论够用为度、重在技能训练,做到教、学、练、做一体化。

全书编写分工如下:项目一、项目二和项目六的任务四、任务五由黄河水利职业技术学院周爱荣编写,项目三和项目六的任务一、任务二、任务三由郑州牧业工程高等专科学校杨黎丽编写,项目四由黄河水利职业技术学院邹新忠编写,项目五和项目十一由苏州市职业大学邹婷编写,项目七和项目八由浙江金华职业技术学院施剑南编写,项目九和项目十由河南商业高等专科学校魏景霞编写。全书由周爱荣统稿。

在教材编写过程中,得到了教育部高职高专文秘专业教学指导委员会孙汝建主任的指导和帮助,在此致以诚挚的谢意!

本书在编写过程中借鉴和参考了应用文写作相关教材和互联网上的相关资料,在此说明并对这些作者表示真诚的感谢!

教学与教材建议的不断发展使我们的教材写作需要不断完善,欢迎同行专家、读者提出改进建议,以便我们及时修改订正。

编 者

2010年4月

目录

CONTENTS

第一章 绪论	1
第一节 商务写作的概念	1
第二节 商务写作的意义	2
第三节 商务写作的分类	3
第二章 商务写作的基本要求	4
第一节 内容的真实性	4
第二节 结构的严谨性	5
第三节 语言的规范性	6
第三章 商务文书的写作	7
第一节 商务文书的概念	7
第二节 商务文书的种类	8
第三节 商务文书的写作要求	9
第四章 商务文书的格式	10
第一节 商务文书的格式	10
第二节 商务文书的格式	11
第三节 商务文书的格式	12
第五章 商务文书的写作	13
第一节 商务文书的写作	13
第二节 商务文书的写作	14
第三节 商务文书的写作	15
第六章 商务文书的写作	16
第一节 商务文书的写作	16
第二节 商务文书的写作	17
第三节 商务文书的写作	18
第七章 商务文书的写作	19
第一节 商务文书的写作	19
第二节 商务文书的写作	20
第三节 商务文书的写作	21
第八章 商务文书的写作	22
第一节 商务文书的写作	22
第二节 商务文书的写作	23
第三节 商务文书的写作	24
第九章 商务文书的写作	25
第一节 商务文书的写作	25
第二节 商务文书的写作	26
第三节 商务文书的写作	27
第十章 商务文书的写作	28
第一节 商务文书的写作	28
第二节 商务文书的写作	29
第三节 商务文书的写作	30
第十一章 商务文书的写作	31
第一节 商务文书的写作	31
第二节 商务文书的写作	32
第三节 商务文书的写作	33
第十二章 商务文书的写作	34
第一节 商务文书的写作	34
第二节 商务文书的写作	35
第三节 商务文书的写作	36
第十三章 商务文书的写作	37
第一节 商务文书的写作	37
第二节 商务文书的写作	38
第三节 商务文书的写作	39
第十四章 商务文书的写作	40
第一节 商务文书的写作	40
第二节 商务文书的写作	41
第三节 商务文书的写作	42
第十五章 商务文书的写作	43
第一节 商务文书的写作	43
第二节 商务文书的写作	44
第三节 商务文书的写作	45
第十六章 商务文书的写作	46
第一节 商务文书的写作	46
第二节 商务文书的写作	47
第三节 商务文书的写作	48
第十七章 商务文书的写作	49
第一节 商务文书的写作	49
第二节 商务文书的写作	50
第三节 商务文书的写作	51
第十八章 商务文书的写作	52
第一节 商务文书的写作	52
第二节 商务文书的写作	53
第三节 商务文书的写作	54
第十九章 商务文书的写作	55
第一节 商务文书的写作	55
第二节 商务文书的写作	56
第三节 商务文书的写作	57
第二十章 商务文书的写作	58
第一节 商务文书的写作	58
第二节 商务文书的写作	59
第三节 商务文书的写作	60
第二十一章 商务文书的写作	61
第一节 商务文书的写作	61
第二节 商务文书的写作	62
第三节 商务文书的写作	63
第二十二章 商务文书的写作	64
第一节 商务文书的写作	64
第二节 商务文书的写作	65
第三节 商务文书的写作	66
第二十三章 商务文书的写作	67
第一节 商务文书的写作	67
第二节 商务文书的写作	68
第三节 商务文书的写作	69
第二十四章 商务文书的写作	70
第一节 商务文书的写作	70
第二节 商务文书的写作	71
第三节 商务文书的写作	72
第二十五章 商务文书的写作	73
第一节 商务文书的写作	73
第二节 商务文书的写作	74
第三节 商务文书的写作	75
第二十六章 商务文书的写作	76
第一节 商务文书的写作	76
第二节 商务文书的写作	77
第三节 商务文书的写作	78
第二十七章 商务文书的写作	79
第一节 商务文书的写作	79
第二节 商务文书的写作	80
第三节 商务文书的写作	81
第二十八章 商务文书的写作	82
第一节 商务文书的写作	82
第二节 商务文书的写作	83
第三节 商务文书的写作	84
第二十九章 商务文书的写作	85
第一节 商务文书的写作	85
第二节 商务文书的写作	86
第三节 商务文书的写作	87
第三十章 商务文书的写作	88
第一节 商务文书的写作	88
第二节 商务文书的写作	89
第三节 商务文书的写作	90
第三十一章 商务文书的写作	91
第一节 商务文书的写作	91
第二节 商务文书的写作	92
第三节 商务文书的写作	93
第三十二章 商务文书的写作	94
第一节 商务文书的写作	94
第二节 商务文书的写作	95
第三节 商务文书的写作	96
第三十三章 商务文书的写作	97
第一节 商务文书的写作	97
第二节 商务文书的写作	98
第三节 商务文书的写作	99
第三十四章 商务文书的写作	100
第一节 商务文书的写作	100
第二节 商务文书的写作	101
第三节 商务文书的写作	102
第三十五章 商务文书的写作	103
第一节 商务文书的写作	103
第二节 商务文书的写作	104
第三节 商务文书的写作	105
第三十六章 商务文书的写作	106
第一节 商务文书的写作	106
第二节 商务文书的写作	107
第三节 商务文书的写作	108
第三十七章 商务文书的写作	109
第一节 商务文书的写作	109
第二节 商务文书的写作	110
第三节 商务文书的写作	111
第三十八章 商务文书的写作	112
第一节 商务文书的写作	112
第二节 商务文书的写作	113
第三节 商务文书的写作	114
第三十九章 商务文书的写作	115
第一节 商务文书的写作	115
第二节 商务文书的写作	116
第三节 商务文书的写作	117
第四十章 商务文书的写作	118
第一节 商务文书的写作	118
第二节 商务文书的写作	119
第三节 商务文书的写作	120
第四十一章 商务文书的写作	121
第一节 商务文书的写作	121
第二节 商务文书的写作	122
第三节 商务文书的写作	123
第四十二章 商务文书的写作	124
第一节 商务文书的写作	124
第二节 商务文书的写作	125
第三节 商务文书的写作	126
第四十三章 商务文书的写作	127
第一节 商务文书的写作	127
第二节 商务文书的写作	128
第三节 商务文书的写作	129
第四十四章 商务文书的写作	130
第一节 商务文书的写作	130
第二节 商务文书的写作	131
第三节 商务文书的写作	132
第四十五章 商务文书的写作	133
第一节 商务文书的写作	133
第二节 商务文书的写作	134
第三节 商务文书的写作	135
第四十六章 商务文书的写作	136
第一节 商务文书的写作	136
第二节 商务文书的写作	137
第三节 商务文书的写作	138
第四十七章 商务文书的写作	139
第一节 商务文书的写作	139
第二节 商务文书的写作	140
第三节 商务文书的写作	141
第四十八章 商务文书的写作	142
第一节 商务文书的写作	142
第二节 商务文书的写作	143
第三节 商务文书的写作	144
第四十九章 商务文书的写作	145
第一节 商务文书的写作	145
第二节 商务文书的写作	146
第三节 商务文书的写作	147
第五十章 商务文书的写作	148
第一节 商务文书的写作	148
第二节 商务文书的写作	149
第三节 商务文书的写作	150

项目一 认识商务写作

- 1 任务一 了解商务写作基本知识
- 4 任务二 了解商务写作的基本构架

项目二 拟写商务公文文书

- 11 任务一 了解公文文书基本知识
- 21 任务二 公告 通告
- 28 任务三 通知
- 37 任务四 通报
- 43 任务五 报告
- 50 任务六 请示
- 54 任务七 批复
- 59 任务八 函
- 63 任务九 会议纪要
- 68 任务十 决定
- 73 任务十一 意见

项目三 拟写商务管理文书

- 83 任务一 商务工作计划
- 89 任务二 商务工作总结
- 96 任务三 商务工作简报
- 103 任务四 述职报告
- 107 任务五 规章制度

项目四 拟写商务公关礼仪文书

- 114 任务一 邀请函、请柬、聘书
- 120 任务二 欢迎词、欢送词、答谢词
- 125 任务三 感谢信、慰问信
- 132 任务四 贺信
- 135 任务五 求职信
- 139 任务六 商务活动演讲稿

项目五 拟写商务会议文书

- 145 任务一 开幕词 闭幕词
- 150 任务二 讲话稿

项目一 商务文书概述	1
任务一 商务文书概述	1
任务二 商务文书的写作	4
项目二 商务文书的写作	11
任务一 商务文书的写作	11
任务二 商务文书的写作	12
任务三 商务文书的写作	13
任务四 商务文书的写作	14
任务五 商务文书的写作	15
任务六 商务文书的写作	16
任务七 商务文书的写作	17
任务八 商务文书的写作	18
任务九 商务文书的写作	19
任务十 商务文书的写作	20
任务十一 商务文书的写作	21
任务十二 商务文书的写作	22
任务十三 商务文书的写作	23
任务十四 商务文书的写作	24
任务十五 商务文书的写作	25
任务十六 商务文书的写作	26
任务十七 商务文书的写作	27
任务十八 商务文书的写作	28
任务十九 商务文书的写作	29
任务二十 商务文书的写作	30
任务二十一 商务文书的写作	31
任务二十二 商务文书的写作	32
任务二十三 商务文书的写作	33
任务二十四 商务文书的写作	34
任务二十五 商务文书的写作	35
任务二十六 商务文书的写作	36
任务二十七 商务文书的写作	37
任务二十八 商务文书的写作	38
任务二十九 商务文书的写作	39
任务三十 商务文书的写作	40
任务三十一 商务文书的写作	41
任务三十二 商务文书的写作	42
任务三十三 商务文书的写作	43
任务三十四 商务文书的写作	44
任务三十五 商务文书的写作	45
任务三十六 商务文书的写作	46
任务三十七 商务文书的写作	47
任务三十八 商务文书的写作	48
任务三十九 商务文书的写作	49
任务四十 商务文书的写作	50
任务四十一 商务文书的写作	51
任务四十二 商务文书的写作	52
任务四十三 商务文书的写作	53
任务四十四 商务文书的写作	54
任务四十五 商务文书的写作	55
任务四十六 商务文书的写作	56
任务四十七 商务文书的写作	57
任务四十八 商务文书的写作	58
任务四十九 商务文书的写作	59
任务五十 商务文书的写作	60
任务五十一 商务文书的写作	61
任务五十二 商务文书的写作	62
任务五十三 商务文书的写作	63
任务五十四 商务文书的写作	64
任务五十五 商务文书的写作	65
任务五十六 商务文书的写作	66
任务五十七 商务文书的写作	67
任务五十八 商务文书的写作	68
任务五十九 商务文书的写作	69
任务六十 商务文书的写作	70
任务六十一 商务文书的写作	71
任务六十二 商务文书的写作	72
任务六十三 商务文书的写作	73
任务六十四 商务文书的写作	74
任务六十五 商务文书的写作	75
任务六十六 商务文书的写作	76
任务六十七 商务文书的写作	77
任务六十八 商务文书的写作	78
任务六十九 商务文书的写作	79
任务七十 商务文书的写作	80
任务七十一 商务文书的写作	81
任务七十二 商务文书的写作	82
任务七十三 商务文书的写作	83
任务七十四 商务文书的写作	84
任务七十五 商务文书的写作	85
任务七十六 商务文书的写作	86
任务七十七 商务文书的写作	87
任务七十八 商务文书的写作	88
任务七十九 商务文书的写作	89
任务八十 商务文书的写作	90
任务八十一 商务文书的写作	91
任务八十二 商务文书的写作	92
任务八十三 商务文书的写作	93
任务八十四 商务文书的写作	94
任务八十五 商务文书的写作	95
任务八十六 商务文书的写作	96
任务八十七 商务文书的写作	97
任务八十八 商务文书的写作	98
任务八十九 商务文书的写作	99
任务九十 商务文书的写作	100

- 155 任务三 会议工作方案
159 任务四 会议记录

项目六 拟写商务告启文书

- 168 任务一 启事、声明、海报
174 任务二 广告
178 任务三 商品说明书
181 任务四 招标书
187 任务五 投标书

项目七 拟写商务传播文书

- 193 任务一 经济消息
200 任务二 经济通讯
207 任务三 经济评论

项目八 拟写商务报告文书

- 215 任务一 市场调查报告
221 任务二 市场预测报告
227 任务三 经济活动分析报告
234 任务四 可行性研究报告

项目九 拟写商务策划文书

- 242 任务一 营销策划书
248 任务二 专题活动策划书

项目十 拟写商务协约文书

- 256 任务一 合作意向书
261 任务二 经济合同
269 任务三 订货单
274 任务四 谈判备忘录

项目十一 拟写涉外商务文书

- 280 任务一 涉外函电
285 任务二 涉外经济合同
290 任务三 涉外商情调研报告

297 附录 国家行政机关公文处理办法

304 参考文献

项目一

认识商务写作

【知识目标】

了解商务写作的基础知识与基本要求。

理解商务写作的基本内容。

掌握提高商务写作能力的基本方法。

【能力目标】

能说明商务写作的特点。

能确立商务写作的主题。

能运用理论指导取材、立意、结构布局并分析其语言特点。

任务一 了解商务写作基本知识

【任务描述】

小张是某高职院校文秘专业毕业生,毕业前夕被兴和实业有限公司聘为办公室秘书。他想,凭着自己扎实的专业知识,尤其写作是自己的强项,完成办公室工作肯定没问题。但是,他起草的2份文稿并没有得到行政经理的好评,反而批评他的文稿有些学生腔、散文化,不太适合公司管理工作使用,而且派了一位有经验的秘书给他讲商务写作知识。

假如你是这位有经验的秘书,你该怎么给他讲?

【任务分析】

文学功底好的人不一定能写出好的商务文书,对组织、业务了解甚深的人也不一定能写出好的公文。作为应用文写作中的一个分支,商务文书既有一般应用文的特点,也有它自身的特点。要想写出规范适用的商务文书,必须了解商务写作的含义、特点和功用,掌握商务写作的原则、格式和技巧,熟悉商务活动内容,经过有效的写作训练,才能提高商务写作技能,更好地落实和传达企业要求,提高企业的持续竞争力。

一、商务写作的含义

商务写作是指在商务活动中,用来处理商务事务、传播商务信息、协调商务活动的通用文书和各种实用文书的写作。

随着市场经济的快速发展,商务活动成为各种社会活动的基础,商务工作成为我国现代化建设中的重要工作,商务文书写作已成为当前应用文写作的一个重要组成部分。

商务文书是在商务活动和商务工作中形成和使用的,用来处理商务活动中的各种业务工作,是对商务活动和商务工作进行记录、总结、交流、发展的重要工具。

二、商务写作的特点

(一) 价值的实用性

“实用性”是所有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”,主要是表达人们的喜怒哀乐、抒发理想、反映现实;而商务写作主要是为了解决实际问题,是“缘事而发”,无事不发。如要和其他单位联系,就要写信函;要借款,就得立字据;向上级汇报工作、反映情况,要写报告等,都是为了解决实际问题,是“为实用而作之文”。

(二) 内容的真实性与专业性

商务文书是为了解决商务活动中的实际问题而写的,因此,必须真实、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,也不能发挥主观想像、夸大其词,否则就会歪曲事实真相,给社会带来不良影响。

商务文书的内容是以商务现象、商务工作为写作对象,具有特定的商务活动范畴和商务科学的专业特点,其专业性和技术性是非常明显的。

(三) 强烈的时效性与针对性

商务文书写作一般要针对商务工作的具体需求,在一定的时间、范围内解决一定的问题,具有明确的目的性和强烈的时效性。工作中一旦出现问题,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,如果信息传递慢,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。

(四) 表述的平实性

由于商务写作注重实用,所以它的语言也讲究务实,讲求语言的科学性与平实性,具有特定的专业术语,特别注意数字的使用和表达。它的基本特点是语言简洁、朴实、明白、准确、规范。不能像文学创作那样讲研究生动、形象、含蓄、朦胧。平实是应用文写作的基本风格。

(五) 格式的规定性与约定性

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,成为惯用格式;有的是由国家或有关部门统一制定的,成为规范格式。如书信格式、公文格式、经济合同格式等,每一文种包括哪些内容,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。

三、商务写作的分类

应用文的种类繁多,分类复杂。随着市场经济的繁荣与发展,作为应用文一个分支的商务应用文得到了迅速发展,尤其是随着经济领域的不断拓展和各种商务活动的快速增加,商务应用文的种类也越来越多。根据商务写作的内容、性质和作用,将其划分为:商务公务文书、商务管理文书、商务礼仪文书、商务会议文书、商务告启文书、商务传播文书、商务报告文书、商务策划文书、商务协约文书、涉外商务文书等。

四、商务写作的作用

(一) 指挥管理作用

自古以来,应用文就是对社会进行管理的工具。今天,日趋现代化、高效率的商务管理工作,对现代商务应用文提出了更高的要求。上下级机关之间布置、指导工作,传达领导意图、决策,反映基层情况,都要使用商务应用文。商务应用文是做好管理工作的重要工具。离开了商务应用文写作,商务活动中的管理、沟通与传播、协调工作就无法进行,乃至陷于混乱状态。

(二) 联系交流作用

在当前的社会活动中,任何人、任何单位都免不了与外界接触、打交道。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。比如上下级之间的上情下达,下情上报;各单位之间的信息交流、业务联系,都离不开商务文书。

(三) 凭证资料作用

在社会生活中,商务应用文也是开展工作,解决、处理问题的依据和凭证。如上级下达的文件、党和政府颁布的法规、有关方面的规章制度,都可作为开展工作和检查工作的依据;而一些条据、合同文本等,也是业务中的凭证,一旦出现问题、纠纷,依靠这些凭证,可通过法律追究对方责任,维护自身利益。另外,一些重要的应用文也是历史档案资料,要了解某一时期的政治、经济情况,或某一方面的生产经营情况,只要查阅当时存档的应用文,就可以知道。

【相关链接】

商务写作与文学写作的区别

1. 社会作用不同 商务文书:管理社会,协调商务,规范行为;文学:服务社会,教育人民,感化行为。
2. 适用范围不同 商务文书:相当广泛,而且有很具体的对象;文学:显得宽泛,但是无确定的具体对象。
3. 思维方法不同 商务文书:逻辑思维;文学:形象思维。

4. 修辞方式不同 商务文书:科学修辞;文学:艺术修辞。
5. 语体风格不同 商务文书:准确、简明、平实、得体;文学:鲜明、生动、精炼、含蓄。

【练习与实训】

- 假如你是一位经理秘书,下周你的上司要去总公司汇报工作,现在上司要你为他准备汇报材料。你该如何准备?
- 某公司属于高新技术企业,发展迅速,目前已在全国主要城市设立了数十家分公司。近来,第五分公司业务非常繁忙,经研究,他们拟向总公司请示引进高级人才。假如你是第五分公司秘书,你如何写这份请示?
- 举例说明文学写作与商务写作的区别。

任务二 了解商务写作的基本构架

【任务描述】

新来的秘书小陈将要陪同经理到工地检查工作,届时经理要有一个讲话,经理让小陈提前为他拟写一份讲话稿。小陈很高兴,终于有用武之地了。他奋笔疾书,很快写出了一份讲话稿。可是,经理看后苦笑着说:“这是为你写的还是为我写的?我能说得这样的吗?再说,你这些优美抒情的言辞,适合今天这个场合吗?……”

你能听得出小陈写的讲话稿问题出在什么地方吗?假如让你写,你该怎么写?

【任务分析】

一篇好文章,需要内容和形式俱佳且相互搭配。同样,一篇好的商务文书,在内容具体、恰当的基础上,还要主题明确、集中,材料真实、准确,结构安排合理,语言平实、明晰。

一、主题

(一)主题的含义

所谓主题(又称主旨),就是作者在说明问题、发表主张或反映生活现象时所表现出来的主要意图和基本观点。它在记叙文中称为“中心思想”或“中心意思”,在议论文中称为“中心论点”,在说明文中称“说明中心”,在文学作品中称“主题”或“主题思想”,应用文一般称主题或主旨。

(二)商务应用文主题的特点

商务应用文的主题符合一般应用文主题的特点,往往是“意在笔先”,在撰稿前就已形成。

- 客观性** 应用文写作要为“事”而写,为“行”而写,其写作意图是因客观的现实需要

而形成的,是生活的某种需要促使作者表明某种态度和观点,是对客观材料本质意义的反映。

2. 单一性 文学作品可以一文多义,不同的欣赏者对主题的理解可以呈多元化。而应用文则要求主旨单一、明确,即一文一义,不能给读者造成多元化的理解。

3. 明晰性 应用文的主旨不仅在撰稿前就应确定,而且在文本中要用简明的语言把文章的主旨概括出来,并在文章的显要位置直接而明白地表达出来。提倡什么、反对什么,要做什么、不要做什么,要怎么做、不要怎么做,都要非常明确,不能隐晦、含糊,要使读者一看就懂,不会产生歧义。

(三) 商务应用文对主题的要求

1. 正确 这是对主题的最基本要求。主题正确是指商务文书的主题要符合党和国家的方针政策、法律法规,同时还要符合客观实际,能正确反映客观事物的本质与规律。

2. 鲜明 指商务文书所表达的观点要清楚明白,赞成什么、反对什么、提倡什么、抵制什么,应让人一目了然、一读即懂。

3. 集中 主题集中是指一篇文章只能有一个主题,重点突出,单纯专一,不枝不蔓,所谓“一文一事”,“一文一旨”。

4. 深刻 指主题能够揭示事物的本质,反映事物的内在规律,要有思想深度。即使是别人看到过、说起过、写过的事物,在你的笔下却能做出更精当的分析,讲出新的道理,挖掘出更深层的意义。

二、材料

(一) 材料的含义

材料是作者为了某种写作目的所搜集、积累以及写在文章中用以表现主题的一系列事实材料和理论材料。

事实材料指实际发生的事实、情况部分,它是在对现实情况作深入地调查研究后收集并用于应用文之中的材料。理论材料又叫政策材料,指党和国家领导人的讲话与指示,党和国家的方针、政策、法令、法规和有关的文件,本单位制订与颁发的规章制度及文件等。

通常可以通过观察、调查、检索和阅读等途径和方法获取材料。

(二) 材料的选择与使用

一般来说,材料的选择应遵循真实、切题、典型、新颖的原则。

1. 真实 真实是文章的生命。商务写作要求材料真实可靠、准确无误,是既成的事实和论断。这种真实既要达到整体的真实,又要达到细节的真实;既要是现象的真实,更应该是本质的真实。真实的材料才能得出可靠的结论。

2. 切题 切题就是围绕主题选择材料,材料要与主题对应。应用文所表达的主旨是单一明确的,这就要求材料与主旨形成一种密切的亲合力,材料为主旨服务,受它调遣。

3. 典型 典型是指材料必须是能反映事物本质,又具有代表性与说服力的材料。典型材料能起到以一当十、一斑窥豹的作用。

4. **新颖** 新颖是指材料能够反映时代气息和时代精神,能给人以新鲜感。新颖的材料指:新近发生的具有社会意义的事情或新近提出的观点;虽不是新近发生的或新近提出的观点,但不为大多数人所知道,能引起人们的注意,给人以新鲜感;老材料翻新意。

(三) 使用材料应注意的问题

1. **处理好观点和材料的关系** 材料是文章的血肉、观点的依托,没有材料,文章就会流于空泛、虚而不美,没有力量;观点是文章的灵魂、材料的统帅,没有观点,文章就会像一个没有主见的人一样,不知他究竟赞成什么、反对什么。

材料产生观点,观点统帅材料,这是使用材料的基本原则。

2. **合理安排材料,体现条理化** 根据主题的需要,合理安排材料的先后顺序。可以按照人们认识事物的规律安排材料,由表及里,由浅及深,由点到面;可以按照事物发生发展的顺序安排材料;也可以按照材料间的逻辑关系安排材料。

3. **恰当剪裁材料,使其详略得当** 使用材料时,要根据表达主题的需要分清主次详略。要做到:重要的材料详写,次要的材料略写;新材料详写,旧材料略写;具体的材料详写,概括的材料略写;读者关切的材料详写,读者已知的材料略写。

三、结构

(一) 结构的含义

结构指文章的组织形式和内部构造,也叫布局、格局或谋篇,是作者根据表达主题的需要,对材料进行的组织安排。

在文章写作中,主旨、材料,解决的是“言之有物”的问题;结构,解决的是“言之有序”的问题。结构是应用文的骨骼,材料是应用文的血肉,主旨是应用文的灵魂。

文章的基本结构,一般包括标题、开头、层次、段落、结尾、过渡、照应等。

(二) 商务应用文结构安排的原则

1. **服从表现主题的需要** 主题是文章的核心,文章的一切要素都要为它服务。离开主题的需要,再好的结构也是毫无意义的。因此,构思、组织、安排任何一份应用文,其着眼点只能是一个:为了表现好主旨。

2. **符合客观规律的要求** 所谓符合客观规律,是指文章结构既要符合客观世界本身的规律,又要符合人们的认识规律。应用文的结构形态和它所反映的事物的运动规律、内部联系大体是一致的,基本上是按照“出现问题(提出问题)——研究分析问题——解决问题”这一事物内在联系和人们的认知规律来构成的。

3. **适合不同文种的特点和要求** 应用文书种类很多,它们分别从不同角度、不同方面、用不同的表现形式来反映现实的活动,由此决定了应用文的结构形态也要适应各种不同种类的文书的特点。应用文书一般都具有严格的体式规范。例如,公务文书的外部结构形式一般是“开头—主体—结尾”,其逻辑形式表现为“总—分—总”。又如调查报告,一般是先简明扼要介绍调查的情况,再详细分析这种情况,最后得出结论,因为只有这样安排调查报告的结构,才符合撰写目的。

(三) 商务文书常见的结构模式

1. 篇段合一式 正文内容包容在一个完整的自然段内,一个段落即一篇完整的一篇文章。适用于内容少而单一的文书,如商品外包装上的说明文;公文中的函、批复等。

2. 两段式 是内容简单、篇幅简短的应用文书常用形式,一般适用于以下情况:

(1) 把结语内容和主体内容分开写,单列一个自然段,成为两段式。即行文的缘由和行文事项为一段,希望、要求等结语为一段。

(2) 写作缘由、行文事项各为一段,没有结语(不需要)。

(3) 在转发、发布性公文中,将发布或转发的文件名和发文意见列为一段,执行要求另为一段。

(4) 在答复性公文中,将表示收到对方文件为一段,而答复事项为另一段。

(5) 没有开头、结语部分,将主体内容列为两段。

3. 三段式 这是短篇应用文比较规范的常用结构模式,正文把写作缘由、写作事项、结尾分为三段来写。

4. 多段式 它用于内容较多、篇幅较长的应用文书,总共有四个自然段以上。一般是开头概述基本情况、说明原因、目的、依据,结尾单独成段或省略结尾,主体部分内容分为若干个段,各部分不分条列项。如短文本的说明书、简单的市场预测报告等。

5. 条款式 用分条列项的形式安排结构。规章制度、计划、合同和职能部门的一些文书,较多使用这种形式。全文从头到尾都用条款组织内容,给人以眉目清楚、排列有序的印象。

6. 表格式 由职能管理部门或企事业单位事先印制好有关表格式规范文本,将有关内容分项列出,设计好项目和应填写内容,让使用单位和人员按规定填写。这样显得简明、直观。

四、语言

(一) 商务写作的语言特点

商务写作的语言应遵循一般应用文的语言要求,做到准确、简明、平实、得体,属于事务语体。具有以下特点:

1. 直接性 商务应用文是处理商务事务、解决实际问题的工具,它的语言必须以应用性为准则,表达必须直接明了。应强调语言的平实化,排斥语言的艺术性,要求选择最恰当的词和句来说明问题,准确而清楚地叙述构成事物的基本要素,直接判明是非。

2. 专业性 商务文书专业性较强,在语言上有明显的专业特征。专业术语的运用在一定程度上消融了作者本人的语体个性,形成了独特的语体特征。这一特征决定了商务文书的作者要在语言准确性上下功夫,而不一定致力于语言的创新,有时还要有意选用专业术语,更好地、更准确地表达特定的专业内容。

3. 模式性 语言的模式性与结构的模式性是相关的。商务公务文书、商务协约文书等的体式便是模式化的,一些专用语更是模式化的。这种模式性主要体现在相同的句式

和相同的词汇可以在不同内容、不同作者的文章中反复出现,重复使用。

(二) 商务应用文常用的专用语言

表1 商务应用文常用的专用语言

名 称	作 用	常用特定用语
称谓用语	用于表示人称或对单位的称谓	第一人称:本、我,后面加上所代表的单位简称。 第二人称:贵、你,后面加上所代表的单位简称。 第三人称:他、该,用于指代人、单位或事物。
开端用语	用于文章开头,说明发文缘由、意义、根据、或介绍背景等。	为、为了、查、根据、据、遵照、依照、按照、鉴于、关于、由于、随着;兹、兹定于、兹有、兹介绍等。
承启用语	用于承上启下	鉴于、为此、对此、为使、对于、关于、如下等。
引叙用语	用于引述来文作为依据	根据、按照、遵照、接、前接、近接、悉、敬悉、惊悉、收悉等。
经办用语	表明工作办理过程或情况	经、业经、已经、兹经、拟办、交办、试办、办理实行、施行、试行、贯彻执行、执行等。
祈请用语	向受文者表示请求与希望	上行:请、恳请、拟请、特请、报请等。 平行:请、拟请、特请、务请、如蒙、即请、切盼等。 下行:希、望、尚望、切望、请、希予、勿误等。
结尾用语	用于结尾表示收束	上行:当否,请批示;可否,请指示;如无不妥,请批准;特此报告;以上报告,请审核等。 平行:为盼;为荷;特此函达;特此证明;望函复等。 下行:为宜;为妥;希遵照执行;特此通知;此复等。
征询用语	用于征请、询问对有关事项的意见、态度	当否、妥否、可否、是否妥当、是否同意、如无不妥、如无不妥、如果可行等。

商务文书的专业用语是人们在长期的商务实践中形成的,使用时要弄清每一种专业术语的含义,不可错用、滥用,还要根据单位职权范围和行文关系,恰当选用专业用语。

五、表达方式

日常写作中,表达方式有叙述、描写、抒情、议论、说明。商务应用文常用的表达方式有:叙述、说明和议论。

(一) 叙述

在应用文体的写作中,叙述这种表达方式与其在其他文体中的写作一样,应该具备六要素。需要注意的是,应用文中的叙述与记叙文中的叙述有较大的区别。记叙文中的叙述,要求具体、详尽,而且往往与描写结合在一起,能给读者具体的感受;应用文写作中的