



公共关系 应用文写作

张文忠 编著

中国劳动出版社

0141718

公共关系应用文写作

张文忠 编著

责任编辑 张梦欣

中国劳动出版社出版发行

(北京地安门西大街教场胡同4号)

北京振华印刷厂印刷

新华书店总店北京发行所经销

850×1168毫米 32开本 8.25印张 206千字

1991年3月第一版 1991年3月第一次印刷

印数1—12,000册

ISBN7—5045—0654—0/H·008 定价：4.95元

序 言

中共十一届三中全会以后，党和国家贯彻正确的基本路线，改革开放成为基本路线的重要内容。在改革开放的建设过程中，形成多层面的公共关系，因而公共关系学、公关语言学、公关修辞学、公关文章学应运而生。公共关系的实务离不开交往、交际和信息交流，而交往、交际和信息交流离不开“文书”的应用和语言运用。要建立、维系、强化良好的公共关系，离不开文书的应用，离不开相互沟通、了解、合作从而体现管理职能的应用文书。

张文忠同志多年从事公关文章写作的教学和研究工作。曾深入许多公共关系部门进行细致的调查和脚踏实地的研究，对公共关系中广泛应用的文书，进行分析考查，写出《公共关系应用文书》一书，对公共关系文章学的研究作出了填补空白的贡献。这对丰富公关学科和文章学科的内容并推动公共关系实际工作和进一步发展具有重要意义。

我阅读了这本书的书稿，觉得这本书是很有特点的。

1. 一般的应用文写作书籍，都谈到文章的主旨、材料、结构等基础知识，这本书虽然也有一章说明这些内容，但是把这些内容用公共关系文书的分类、特点、作用和基本原则统帅起来，论述就有了新意。在论述公关文书的分类、特点、作用、基本原则等几方面都有自己独到的观点，特别是谈到格式、语言要得体，这是符合文章学的基本规律的（详见拙著湖北教育出版社版

及台湾台北新学识出版中心版“文章学导论”的“三律论”中的“语言合体律”。其他两律为“观点材料统一律”和“层次律”。不仅如此，作者还单设一节谈公文语体的特点，把公务文书上升到语体的高度来阐明，使对公关应用文书的论述深入了一步。

2. 全面而具体。从分类的内容看，几乎包容了公共关系方面的各种实际需要，并特别列出“信息稿”一章。分论各章都有翔实的举例来说明各类文书的特点和应用中应注意之点。这就给读者一些学习的门径和桥梁，让读者便于掌握各类文书的写作要点。

3. 注重理论与实际的结合。这本书不仅论述了有关公共关系应用文书总的理论内容，而且在分论中也注意理论的阐述，具有理论意义。在分论中注意正反用例的比较分析并有思考练习，这又具有指导写作实践的意义。理论与实际两者是相互结合的。

我觉得，这本书有这三个特点，而且在论述中深入浅出，通俗易懂，没有晦涩曲折的语言；用例分析，切中肯綮，具有详略得当的说明。这样的书肯定会受到读者的欢迎，取得应有的社会效益，产生应有的社会影响的。是为序。

张寿康

1991年元月5日

前 言

这几年，公共关系学由国外传入，在我国逐步发展，取得了长足的进步。许多厂矿、机关、饭店、商社建立了公共关系部门；许多大城市成立了公共关系学会；许多大学设立了公共关系专业；许多公共关系专著纷纷出版（如明安香的《公共关系学概论》、吴士文等人的《公共关系修辞学》、黎运汉等人的《公关语言学》）。越来越多的管理人员认识到了公共关系工作的重要性。随着公关工作的发展，做为实现、完成公关工作的工具——公关应用文书日益显得重要起来。

前年，我受北京公关学会的委托，为培养北京公共关系的人才，撰写《公共关系应用文书》一书。为此，我先后深入许多机关、企业的公关部门调查了解。我的目标是从文章学的高度写出一本适合我国公关工作需要的切实可行的书来。

公共关系工作是一个涉及面很广的工作，我为满足公关工作各方面的需要，撰写过程中，尽力顾及到了各方面的公关应用文种。调查工作中，发现公关工作中信息写作占有十分重要的地位，又联想到近几年许多单位聘我讲信息写作而没有教材的窘况，特专辟一章写了公关信息稿的写作，把自己几年来的研究成果写了进去，我相信会对广大读者有所帮助。当然，由于这方面可供参考的书太少，再加上是初创阶段，研究成果可能还不够完善、系统，欢迎有关专家及实际工作者批评指教。

本书在初稿撰写完毕后，曾在北京公关学会试讲过，试讲过

程中，受到了学员们的欢迎。有的学员学了书中所讲的公关新闻稿二章后，极大提高了撰写公关新闻稿的能力，投稿五投五中。还有的学员，写的演说稿获了奖；写的信息稿为本组织获得了巨大的经济效益；写的公文稿受到领导的表扬。这些反馈回来的信息极大地鼓舞了我开创这门学科的勇气，这次在初稿的基础上又进行了加工、修改，使之更加完善。

为了使读者学后能迅速有所收获，本书在体例上，在讲解公关应用文书写作规律、理论的同时，特别加强了实践的练习，强调了理论与实践的结合。各章之后，分别列了一些练习参考题。各章所用的文例，为贴近公共关系工作的实际，不用一般讲写作的书中常用的文学作品的例子，而选入大量的公关文书撰写过程中出现的典型实例。文例新颖丰富，便于学习，特别是有利于从事公共关系工作的同志尽快理解。

本书在撰写过程中，参考了一些出版过的应用文的有关书籍和文章，在此向有关作者表示感谢。

本书得到了著名语言学家、中国修辞学会副会长张寿康先生的关心、作序。北京公关学会副秘书长邢颖同志和中国劳动出版社的同志也对此书的出版给予了热情的支持、帮助，在此深表谢意。

张文忠

1990年12月31日

目 录

第一章 公共关系应用文书概说	(1)
第一节 公共关系文书及其分类	(1)
第二节 公共关系文书的特点和作用	(4)
第三节 撰写公共关系文书的基本原则	(8)
第二章 公关应用文书写作基础知识	(13)
第一节 公关文书的主旨	(13)
第二节 公关文书的材料	(23)
第三节 公关文书的结构	(31)
第四节 公关文书的表达方式	(36)
第三章 公关常用公务文书	(47)
第一节 公文格式	(48)
第二节 请示、报告	(56)
第三节 通知	(71)
第四节 函	(79)
第五节 会议纪要	(82)
第六节 公文语体	(88)
第四章 公关常用事务文书	(99)
第一节 公关简报	(99)
第二节 公关计划	(107)
第三节 公关总结	(115)
第四节 公关调查报告	(120)
第五章 公关经济文书	(130)
第一节 广告	(130)
第二节 合同(协议)	(142)
第六章 公关新闻稿(上)	(150)
第一节 消息概述	(150)

第二节	消息的一般组成	(156)
第三节	消息的一般结构	(173)
第四节	各类消息的写作	(176)
第七章	公关新闻稿 (下)	(189)
第一节	通讯概说	(189)
第二节	人物通讯	(194)
第三节	事件通讯	(198)
第四节	概貌通讯	(201)
第五节	工作通讯	(205)
第八章	公关演说稿	(210)
第一节	演讲辞	(210)
第二节	致词	(222)
第九章	公关信息稿	(230)
第一节	信息概说	(230)
第二节	公共信息稿的写法	(234)
第十章	其他公关文书	(240)
第一节	公关说明文	(240)
第二节	公关柬帖	(248)
第三节	启事	(251)

第一章 公共关系文书概说

第一节 公共关系文书及其分类

一、什么叫公共关系文书？

公共关系文书，是指政府机关、企业单位、群众团体在开展公共关系活动中所使用的应用文的总称。

我们说，公共关系是一种独特的管理职能。它帮助一个组织与其公众之间建立和保持相互沟通、了解、合作的渠道；参与问题和纠纷的解决；将公众的意见传达给管理部门并作出反应；明确与加强为公众利益服务的管理责任；它还作为监视预警系统，帮助管理部门预先作好应变准备，以便与社会动向保持一致。

而这一独特的管理职能的实现，需要传输工具。传输工具有许多种，但其中最重要的、不可缺少的一种就是公共关系应用文书。

因此，作为一名公共关系工作人员必须掌握这一工具，这是一个公关工作者必备的业务素质。

比如说，公共关系活动中经常利用双向的、多层次的信息交流来使自己的组织与公众的关系得到协调，这就需要不断地用新闻报道形式宣传自己的形象，以加强公众对组织的了解。

又比如，为了加强组织内部员工的凝聚力，保证组织内部关系的和谐一致，就又需要公共关系人员协助领导订出组织的工作计划，以保持员工奋斗目标的统一。还需要公关人员编制简报，以促进领导和员工，员工与员工之间的相互了解。

当然，不同部门的专职公关工作人员，各有自己不同侧面的

专业要求，但是，在基本的公关业务方面则是一致的，因此，不管是那一部门的公关人员，都需要学习《公共关系应用文书》，都需要掌握这门学问。

目前，伴随着我国“公关热”的兴起，公共关系文书的写作也日益引起人们的重视。公共关系文书写作与文学写作、政论写作有着共同的基础，它们都需要确立主题，严格选材，精心结构，讲究表达。公共关系文书写作与新闻写作、公文写作更有着不可分割的联系，许多新闻写作、公文写作中的文种成了公关应用文书中的“常客”。但是，这些文种一旦进入公关应用文书的范畴，它就具有了公关应用文书自己的特点，为公共关系工作服务，受公共关系工作制约。因此，公共关系应用文书具有自己独特的原则，独特的要求和独特的规律。

二、公共关系文书的分类

根据公共关系文书使用性质的不同，我们把公共关系文书分成了9类。

第一类，公关常用公务文书。

这一类包括请示、报告、会议纪要、通知、函等文种，这是由国务院办公厅正式规定的公文。这一类文书的特点是有极其严格的法定书写格式，一般还要由专门人员归档储存。

这类公务文书主要是用于公关活动中组织内部的信息沟通。

第二类，公关常用事务文书。

这类文书包括简报、计划、总结、调查报告等文种。它们也是主要用于组织内部的信息沟通。

比如公关简报，它主要是记载组织内部的重大活动、经验、成果、存在问题等内容，提供给领导和同级各部门参考。

这类文书与公务文书的一个重大差别就是，它没有法定的严格书写格式，只有一些约定俗成的惯用格式。

第三类，公关新闻稿。

公关新闻稿，包括消息、通讯两类常用文种。通常用于组

织与外部公众的信息沟通，通过大众传播媒介——报刊、广播、电视的宣传，提高组织的知名度、美誉度，从而在公众中建立起良好的形象。

公关新闻稿的写作，是公共关系人员应该重点掌握的文种之一。

第四类，公关经济文书。

公关经济文书主要指广告、合同（协议）两种文书。这两种文书与公关新闻稿在功能上有类似的地方，通常用于组织与外部公众的沟通，只不过这种宣传沟通的面要小些。

第五类，公关演说稿。

公关演说稿，主要指演讲辞和各种致词。这类公关文书既可用于与内部员工的信息沟通，又可用于与外部公众的信息沟通。由于它只在会议发言时使用，它的一个重要特点是语言通俗易懂，讲究口语化。

第六类，公关信息稿。

公关信息稿，主要指动态性信息、经验性信息、预测性信息、突发性信息等信息稿件的写作。信息稿一般供领导决策时使用。

为领导决策提供各种信息，对领导决策进行咨询服务，这正是公关人员的重要任务，因此，信息稿的写作也是公关人员应该着力掌握的文种之一。

第七类，公关说明文。

公关说明文主要包括说明书、解说词、简介等各类说明文字，它的基本用途是与外部公众进行信息沟通。它往往是通过宣传产品、筹划展览、会议等形式进行局部的沟通。

第八类，公关柬帖。

公关柬帖主要用于向跟本组织有关的其他组织或个人发出各种邀请，以联络感情，沟通信息。这类稿件的特点是篇幅短小，语言典雅。

第九类，公关启事。

公关启事主要功用是与没有明确对象的各类公众进行沟通，以期引起各有关公众的注意。它可以通过大众传播媒介——报刊、广播向外传送，也可以在公共场所张贴。

以上九类，就是我们公共关系人员在公关活动中所经常用到的公关文书，掌握这九类文书的写作知识和方法是对我们每一个公关人员最起码的要求。

第二节 公共关系文书的特点和作用

一、公共关系文书的特点

从公共关系文书的内容和形式考察，有如下一些特点：

1. 针对性强。公关文书都是为解决公关活动中的一些具体事务而撰写的，因此，它的针对性是十分强的。我们把××××公关部门所写的《关于举办中国旅游饭店最佳服装竞赛的请示》和文艺作品《红楼梦》比较一下，就可看得非常清楚。

《请示》一文的读者很明确，就是××××公关部的上级领导，而且，这一请示对上级领导有着很强的约束力，不管他们同意《请示》的内容与否，都必须给以答复。《红楼梦》则不同，它没有特定的读者，它的读者是广大群众。它对读者也没有约束力。

从内容上看也是如此，《请示》就是针对要求举办服装竞赛而写的，内容相当具体。而《红楼梦》是写封建社会末期贾、王、史、薛四大家族的兴衰，揭露封建社会的丑恶，内容非常广泛。

2. 实用性强。公关应用文书的实用性，集中地表现为和具体的公关实务相联系的要求上。我们写的任何一份公关文书，目的都是为了解决公共关系活动中的某一实际问题，它是为公共关系活动服务的。请看下面在《北京日报》上发表的一条简讯：

和平宾馆昨起试营业

本报讯 融涉外饭店、旅游景点、历史文物于一体的北京和

平宾馆昨日开始试营业。

一九八四年，和平宾馆与香港紫大国际投资有限公司合资，按照国际四星级标准，进行了全面改造和扩建。

该宾馆总建筑面积四万二千多平方米，服务设施齐全，设有游泳池、健身房、桑那浴、弹子房、网球场、冲浪浴、按摩室、美容厅、迪斯科舞厅、商务中心、谈判间、购物中心等。

这条发表于1988年11月29日《北京日报》一版上的简讯，是由和平宾馆公关部的同志撰写的。他们撰写的目的十分明确，就是为解决公共关系活动中的实际问题，把自己宾馆开始营业的消息宣传出去，让外界公众了解企业，为企业树立良好的形象，从而增强竞争力，争取到更多的顾客。

为了实用目的而撰写公文文书，这是与文艺写作有很大不同的地方。

3. 程式性强。俗话说：“没有规矩就没有方圆”，以实用为目的的公文文书就更讲究“规矩”，也就是说更讲究撰写的程式性。比如公文文书写作中的公务文书，由国务院办公厅规定了严格的撰写格式，主送机关、抄送机关、文号、机密等级等等都有固定的写法和位置。除此以外的其他公文文书，虽然没有国家机构做出的严格规定，但人们在长期的实用过程中，也约定俗成地逐渐形成了较为固定的习惯性程式。

没有程式就没有效率，这些程式便于人们表达文书的内容，便于传递和储存，便于读写双方的理解和沟通。如果违反这种程式，那就会出现信息传递的困难或中断。

国家物资总局有一年发了一份调拨某省钢材的急件，因没按程式在信封上标明“急件”，致使文件到达某省后，被放入文件柜中沉睡了两个多月，未能得到及时处理，险些误了大事。

公文文书程式化是目前我国改革开放的迫切需要。社会的进步，电子计算机的应用，使人们的生活节奏加快，人们迫切需要用最短的时间，最方便的形式，获得最多的信息。办公室自动化

应运而生，而办公室自动化的核心问题就是把程序输入电脑，用电脑来取代人们手工操作的办公方式。因此，公关文书的程式化是适应了这一时代要求的。

4. 真实性强。公关文书要讲真实性，因为它是为公关活动服务的，是反映公关活动实践的。公关文书中作假，就会使信息传递失真，给工作带来巨大损失，就会影响组织在公众中的形象。因此，我们在公关文书的写作上要十分注意事情的真实性。不仅在总体上要真实，就是在细节上也要真实。在时间、地点、引用数据上一就是一，二就是二，不允许有丝毫的马虎，更不允许虚构和夸张。

当然，在公关的实际工作中，完全虚构，无中生有，凭空编造的文书并不多。但是采取移花接木的手法，模糊数字的手法，造成部分虚假的现象还是经常发生的。

比如，有个单位，植树明明 800 多棵，他却写成近千棵。有个水泵厂为了突出自己的成绩，在报告中说五月份比四月份水泵产量增长了五倍。一月之间，人员没增，机器未变，产量有如此巨大的变化，惊人是惊人了，但却引起了人们的怀疑。一调查，原来是四月份早把水泵的零件生产出来了，不组装，专门移到五月份来组装，以显示大干红五月的威力。

象这种言过其实，导演“事实”的作法在公关文书中应该彻底杜绝。

5. 时限性强。事物都有时限性。凡事都有开头、发展、结局，都有始有终，都存在于一段相对的时间内。在这一段时间内，必须迅速处理解决，否则，时过境迁，事物就又发展变化了。所以作为针对组织中某一事物而发的公关文书，也必须在这段时间内迅速制发，这就是公关文书的时限性。

对于文书的时限性。我国古时历代帝王都是十分重视的。唐代法律规定：制文延缓一天，要打 50 鞭子。十天判一年徒刑。周转传递时，驿站迟滞一天要打 80 大板，急件迟滞十天要流放 2000

里，刑律十分严苛。

在时间就是生命、时间就是金钱、高度信息化的现代，为了提高办事效率，更应该强调公关文书的时限性。

二、公共关系文书的作用

1. 指导作用。公共关系文书具有指导作用。比如说，公共关系部门制订的并为领导认可的公关计划，组织内的员工就要照此执行，各个部门的工作也要按此去进行协调。

公共关系文书对外也有指导作用，比如前边我们提到的和平宾馆公关部写的简讯，在报刊上刊登以后，就可以起到指导消费的作用，凡是有条件的，可以住得起四星级旅馆的旅客都可以住到那里去。

2. 宣传作用。企业要谋求生存和发展，就必须在公众心目中树立起良好的信誉和形象。要想做到这一点，手段之一，就是运用公关文书去进行宣传。

例如，许多国家元首都去过长城饭店，在那里举行各种宴会、招待会。长城饭店公共关系人员就利用这一点，写了许多新闻稿在报上广为宣传，在国内外广大公众中树立起了美好的形象，招徕了更多的顾客。

又例如，在一次全国订货会上，佛山起重机厂生产的卷扬机没有一家订户，工厂处于“关、停、并、转”的困境。于是，该厂开展了一次公关活动，派人去与广东电视台联系，请他们派人到卷扬机使用现场摄制了几个镜头，然后，配上广告词。广告片播映不久，订货单纷纷飞来，不仅库存产品全部卖光，当年就还清了欠款，而且第二年还赢利70多万元。广告的宣传威力，由此可见一斑。

3. 咨询作用。信息是决策的基础，组织领导部门的决策需要大量的信息。公共关系人员的重要任务之一，就是通过各种各样的渠道广泛采集信息，然后写成信息稿或调查报告提供给领导参考，给领导的决策提供依据。

信息稿咨询作用是十分明显的。例如，河北省《信息快报》上登了一篇邯郸地区永年县正同外商联系外销玉米的信息，立即引起了一位副省长的重视，他马上就找到省经贸厅、粮食局负责人，共商省里如何象永年县那样“主动出击”，搞好外销玉米的工作，仅两个月，河北省就先后与外地、外商签订了销售玉米四亿斤的合同，减轻了全省玉米库存的压力。

4. 沟通作用。公关文书对内可促进组织内部员工之间、部门之间的沟通；对外可促进组织与外部公众之间的沟通。

公关文书中的一些文种，例如简报、报告等常用于内部的沟通。公关文书中的函、广告等一些文种常用于组织与外部公众的沟通。

第六届全国运动会前夕，该会筹备处收到了环球服装公司发来的“环体字第三十八号”公函。此函内容是要求赞助全运会开幕式上的全部表演服装。经研究，决定同意环球服装公司赞助开幕式上使用民族舞蹈服装的要求。

一纸公函，就把全运会筹备处与环球服装公司两个组织联系起来，这充分表现了公关文书的沟通作用。

第三节 撰写公共关系文书的基本原则

撰写公共关系文书是一件十分严肃的事情，一份公关文书质量的高低，影响到组织的形象。因此，撰写时要采取认真负责的态度，要遵循以下一些原则：

1. 符合国家的方针政策。公关文书从局部上看，好象都是在为一个组织的生存和发展，为一个组织树立起良好的形象而写的，但是，仔细一分析，就可看出，任何一个组织的生存和发展都是以遵守党和国家的方针政策为前提的，从实质上看，都是在实行和贯彻着党和国家的方针政策。因此，公关文书的撰写也应以不违反党和国家的方针政策为前提，写出的公关文书要和国家

的政策法令相一致，不能有一丝一毫的抵触。

象下面的一些说法就值得考虑：

①“在公司党团组织和行政部门的配合下，工会做了一系列思想政治工作。”

②“通过与供销社订立合同，把所有的农副产品都纳入计划轨道。”

例①的说法不正确，工会是在党领导下的群众组织，应是群众组织配合党组织工作，而不是颠倒过来。例②与我们党的现行经济政策不符。我们党目前的经济政策是计划经济与市场调节并存，“把所有的农副产品都纳入计划轨道”是违反党的政策的。

符合不符合党的方针政策，是衡量一篇公关文书质量高低的重要因素之一。

2. 熟悉本职工作，具备广博的知识。作为一名公共关系人员要想写好公关文书，最基本的要求是：首先要熟悉自己的本职工作，了解、掌握较多的职业惯用语，也就是“行话”，其次，还要尽量掌握较多其他的有关知识，因为由于公共关系工作的性质，他们要经常接触各式各样的人，与各式各样的单位打交道，只有具备广博知识，写起各种公关文书来才会得心应手。

有一次，我们在某商店看到一条启事，上边写道：“顾客同志要买本店商品，一律降价5%。”看后不禁哑然失笑，按此启事的规定，谁进该店，谁的身价就要降低5%。这条启事毛病出在语法上，“一律”前边应加上“本店商品”四字做主语，就不会产生歧义了。

又有一次，我们在报上看到一条消息，说昌平区小汤山乡用上了高档电脑。过后不久，有关专家指出，小汤山乡这台国产DCM—3型电脑根本不算高档的。原来，电脑高档与否是不能随便加封的，它是根据位数长短、主机运算速度、内存容量大小、软件丰富不丰富来确定的。这显然是消息的作者缺乏有关电脑知识所致。