

应用文写作

新教程

YINGYONGWEN XIEZUO
XIN JIAOCHENG

主编◎梁嘉洪 李雪丹



中国出版集团
世界图书出版公司

应用文 写作新教程

YINGYONGWEN
XIEZUO XIN JIAOCHENG

主 编 梁嘉洪 李雪丹
主 审 黄秀娟 李海光

中国出版集团
世界图书出版公司

版权所有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

应用文写作新教程/梁嘉洪, 李雪丹主编. —广州: 广东世界图书出版公司, 2009. 9

ISBN 978-7-5062-8839-2

I. 应… II. ①梁…②李… III. 汉语—应用文—写作—教材
IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 148625 号

应用文写作新教程

策划编辑: 陈名港

责任编辑: 钟加萍

责任技编: 刘上锦

封面设计: 邱根福

图片提供: CFP

出版发行: 广东世界图书出版公司

(广州市新港西路大江冲 25 号 邮编: 510300)

电 话: 020-34201967 34203432

http: //www. gdst. com. cn E-mail: pub@ gdst. com. cn

印 刷: 广东省农垦总局印刷厂

经 销: 各地新华书店

规 格: 787mm × 1092mm 1/16 印张 20.5

字 数: 400 千

版 次: 2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5062-8839-2/G · 0235

定 价: 29.80 元

如因印装质量问题影响阅读, 请与承印厂联系退换。

◎参编学校（排名不分先后）

广州市财经职业学校
广州市旅游商贸职业学校
广州市贸易职业高级中学
广州市商业职业学校
广州市土地房产管理职业学校
广州市海珠商务职业学校
广州市荔湾区外语职业高级中学

◎编 委

方少玫 程环环 张樱妍
刘 彦 赵冬梅
李淑斌 麦雪莹
刘睿琼
董瑞霞
卢倩萍 黄秀芸 简宇晖
卢碧帆 何桂红 陈晓冰 李海光 李雪丹
吴蓉晖 梁嘉洪 黄秀娟 廖 卉

前 言

为了贯彻《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》和全国职业教育工作会议的有关精神，体现“以服务为宗旨，以就业为导向，能力为本位”的职业教育办学指导思想，根据教育部颁布的中等职业学校语文教学大纲的主要精神，结合广州市中等职业教育的实际，我们编写了这本《应用文写作新教程》。

本教程力图改变“概念引入—文种特点—写作要领—例文参照”的陈旧模式，以项目教学、任务驱动的有效教学新理念为指导，重构应用文写作课程体例，切实培养适应行业（专业）需要的职业操守和应用文写作能力。

全书以15个“项目”的情境设计为载体组织教学，模拟实训的全过程操作训练，以团队合作学习及完成“项目”、“任务”为主要手段，掌握应用文写作的基本规范和行业（专业）的特殊要求，增强学生的职场意识和职业操守，实现上岗即可操作的主要目标，同时为今后的发展奠定基础。本书将基本知识与技能，融进专业项目训练中，实现课程的一体化、综合化、流程化。

书中的项目与任务涵盖了50多个文种，包括：通知、通告、通报、启事、宣传标语、海报、预案、请柬、总结、邀请信（函）、介绍信、贺信、申请书（信）、辞职信、请示、提案、批复、签呈、会议记录（纪要）、方案、会议简报、欢迎（送）词、开（闭）幕词、祝酒词、广告、旅游指南、导游词、意向书、协议书、经济合同、劳动合同、计划、工作总结、述职报告、竞聘报告、调查问卷、市场调查报告、市场预测报告、经济活动分析报告、询盘、发盘、还盘、招标公告、招标书、投标书、代理委托书、起诉状、答辩状、代理词、判决书、上诉状等。

本书按企业运作过程编排，从创业前期市场调查，到公司开张进入运作，如财务运作、营销推介、生产采购、贸易谈判、采用法律自我保护，到企业内部管理，如提案管理、会议启动、会议过程、文书处理，到可能面临转岗竞聘，将全程可能出现的应用文种全部收录。

每个教学项目中均含有“模板”、“学习提示”、“相关链接”、“练习”等板块，并对“模板”采用批注的形式进行介绍说明，让学生一目了然。在“相关链接”部分，我们提供了与项目教学有关的应用文文体知识，拓展文本的视野，从深度和广度上为学有余力的学生提供知识的平台。“训练”部分分为“诊断性训练”和“形成性训练”，从不同的角度、不同层面的要求，巩固学生的学习，提升其写作技能。

形成性训练是本教程的亮点。项目选择与小组的构成与分工；项目的完整与系统；过

程编排的连贯；文种选择的增减；项目完成的质量检测的基本要素；展示与交流的操作规程；评价的标准要求把握两大要素：既要看文种的规范，更要看整体的合作完成水平。特别是后者，因为一般而论，小组成员会有参差，能力强的成员一定要帮助有需要帮助的成员按规范要求完成任务，否则直接影响全组的成绩，这是从机制上保证合作学习的成效。

各学校与各专业可以根据实用、适用、够用、会用的原则，选择其中的文种融进项目与任务中进行教学与写作训练。还可以在完成本专业的基本教学目标后，再作延伸与拓展。

按分层教学的原则，将目标分为基本目标、延伸目标与拓展目标。

基本目标：能按模板的基本要求，完成应用文写作任务，并达到基本要求。

延伸目标：在完成基本目标的基础上，能完成相应延伸部分或相应的平面设计。

拓展目标：根据本专业可持续发展的趋势，自定或自选项目或任务，并根据情境及客观条件与自身的实际，策划并实施既规范又有创意的应用文写作方案。

本教程属二年级的专业课程，周课时视专业需要而定。文科类专业控制在2~3节之间，学年总课时量控制在80~120节之间；工科类专业适应减少1/3左右。本教程属专业教程中的通式教程，各学校各专业可以根据自身的需要，有选择地重组其中的“项目”或“任务”。本教程还为从通式教程向专业教程拓展留下广阔的空间，各具有专业实力的团队，正筹划本专业的应用文写作教程的深化与拓展，相信会百花齐放，争妍斗艳，相信广大教师会在其中大有作为。

编 者

2009年8月

目 录

项目一 商业市场调研

任务1	市场调查计划	2
任务2	市场调查问卷	4
任务3	市场调查报告	7
任务4	市场预测报告	11
任务5	经济活动分析报告	14

项目二 公司开张策划

任务1	申请书	24
任务2	企业起名	25
任务3	开业登记申请表	25
任务4	开业启事	29
任务5	名 片	30
任务6	开业庆典邀请函	31
任务7	开业庆典请柬	33
任务8	开业致辞	36
任务9	开业盛宴祝酒词	38

项目三 财务活动

任务1	财务管理制度	44
任务2	免税申请	49
任务3	财务分析报告	50
任务4	财务预算报告	56

项目四 旅游推介

66

任务1	景区、景点介绍	67
任务2	旅游指南	71
任务3	旅游广告文案	74
任务4	导游词	78
任务5	问卷调查	86
任务6	旅游消息	88

项目五 商贸谈判

95

任务1	意向书	96
任务2	经济合同	97
任务3	协议书	102
任务4	汇报总结	105

项目六 企业采购

114

任务1	计划采购	115
任务2	采购招标	119
任务3	采购结果公告	123
任务4	采购合同	126
任务5	电子订单	128
任务6	合作协议	130

项目七 物流仓储

134

任务1	广告	135
任务2	招标公告	136
任务3	申请书	138
任务4	合同	140
任务5	仓储管理	146

项目八 进出口业务

159

任务1	询盘	160
任务2	发盘	161
任务3	还盘	162
任务4	接受	163
任务5	报检	164
任务6	出口托运单	166
任务7	投保单	167
任务8	出口报关	168
任务9	装船通知	169
任务10	索赔	171
任务11	理赔	171

项目九 民事诉讼

177

任务1	提起诉讼	178
任务2	法庭审理	184
任务3	法院判决	187
任务4	拟写民事上诉状	190

项目十 提案管理

197

任务1	提案	199
任务2	通知函	202
任务3	提案分析表	205
任务4	提案改善提案表	206
任务5	提案实施命令表	206
任务6	提案实施成果报告	207

项目十一 商务会议策划

213

任务1	方 案	214
任务2	请 示	216
任务3	批 复	217
任务4	介绍信	218
任务5	合 同	218
任务6	通 知	222
任务7	会议请柬	223
任务8	会议日程	225

项目十二 会议过程

230

任务1	讲话稿	231
任务2	会议记录	234
任务3	会议纪要	236
任务4	会议简报	238
任务5	会议总结	240

项目十三 文书处理

244

任务1	签 呈	246
任务2	填写《文件印制申请单》	251
任务3	填写《用印申请单》	251
任务4	填写《用印登记表》	252
任务5	填写《发文登记表》	253
任务6	填写《收文登记表》	254
任务7	填写《文件处理单》	256
任务8	填写《文件传阅单》	257
任务9	编制归档文件目录	258

项目十四 竞聘转岗

264

任务1	收集、整理个人资料	265
任务2	述职报告	266
任务3	填写竞聘申请表格	269
任务4	竞聘报告	271
任务5	劳动合同	275
任务6	辞职信	279

项目十五 物管操作

286

任务1	贺 信	288
任务2	工作汇报	289
任务3	通 告	292
任务4	工作实施方案	293
任务5	公开信	295
任务6	物管服务通知	297
任务7	通 报	299
任务8	宣传标语	301
任务9	预 案	302
任务10	海 报	306

参考文献

312

后 记

314

项目一

商业市场调研



20 世纪 40 年代末，日本尼西奇公司原是一家生产雨伞的小企业，由于订货不足，经营不稳，随时都有破产的危险。一次偶然的机会，董事长多博川看到一份新近的人口普查报告，资料显示日本每年有 250 万婴儿出生，经过调研，按每个婴儿每年最低消费 2 条尿布计算，一年就是 500 万条，再加上广阔的国际市场，潜力是巨大的。尼西奇公司马上作出专门生产尿垫的经营决策，果不出所料，尿布一面世就迅速遍及全球，其销量占世界 1/3，尼西奇尿垫在日本与丰田汽车、东芝彩电、夏普音响一样有名，而多博川由此被誉为“尿布大王”。

多博川从一份人口普查报告中看到巨大的商机，从而取得成功。要在变幻莫测的市场竞争中立于不败之地，你必须准确快速地获悉各种情报：市场的需求是什么？市场有什么新动向？竞争对手又有什么新举措？……在获得这些情报后，着手分析产品的品种、档次、价格和销势，然后果断出击。

如果现在交给大家一个小店经营，开张前要干些什么呢？首先要进行行业问卷设计和市场调查，通过数据、行情分析，把小店的经营策略制订下来；然后再进行市场预测，分析市场发展趋势，把店铺的商品价格、种类、档次等加以定位。完成这些内容，店铺就可以开张了。经营一段时间后，根据开张期间小店的管理和销售情况，写一份经济活

动分析报告，为下阶段的店铺经营提供借鉴，争取获得更好的经济效益。

怎么样？有点头绪了吧！这时候大家肯定胸有成竹，跃跃欲试，想在我们的项目上大展拳脚吧！好，我们马上进入项目设计。

项目设计

学生学习文具用品商机无限，从幼儿园到大学，消费群体相当庞大。处在鸿悦市嘉华区中山路上的思为文具店即将开张，店铺面积 40 平方米，首次投入资金 5 万元。它附近有朝芳小学和英诚中学，作为经营者的你，得想办法把这个店铺经营好，让它成为中小学生学习的好帮手。现在，我们一起努力，把难关一一克服。

人生缺少的不是机遇，而是发现机遇的眼睛。企业如同人生，有了识“金”的“好眼力”，就能抓住无所不在、无时不有且又转瞬即逝的商机。而进行市场调查，撰写市场调查报告，是我们捕捉商机的必要途径。市场调查需要做哪些工作呢？调查的准备阶段就是制订调查计划（包括确定调查目的，制订调查方案和工作计划，建立组织和培训人员），调查的实施阶段就是搜集资料（包括搜集现成资料和原始资料），最后就是调查的整理分析阶段（包括整理搜集的资料，分析撰写调查报告）。

下面我们来完成第一个任务：制订市场调查计划。

任务 1 市场调查计划

【定义】市场调查是指通过有目的地对一系列资料、情报、信息的搜集、筛选、分类和分析了解现有的和潜在的市场，并以此为依据做出经营决策，从而达到进入市场、占有市场并取得预期效果的目的的一种文书。

市场调查计划是某一个单位、部门或个人，对在一定时期内所要完成的市场调查事先做出的安排和打算。市场调查计划的内容包括调查目的、调查内容、调查对象、调查问卷、时间安排、调查地点、调查方式方法、确定资料的整理和分析方法、调查报告提交的方式、整个调查的组织计划以及调研费用等。

模板一

【鸿悦市嘉华区中山路学生学习文具用品市场调查计划】

【一、调查目的】

为了了解鸿悦市嘉华区学生学习文具用品的市场需求和消费情况，为我们从事学生学习文具用品市场开发与创业活动提供依据，特在鸿悦市嘉华区文具店附近中小学进行抽样调查。

【二、调研内容】

标题由调查对象+调查范围+文种构成。

包括为何要作此调查、需要了解些什么、调查结果有何用途。

完成调查报告时必须提供的资料、情报、或信息。

1. 学生学习文具用品的市场需求
2. 学生对学习文具用品的消费能力
3. 学生学习文具用品的消费地点和消费情况

【三、调查对象】-----

随机抽取鸿悦市嘉华区朝芳小学 120 名小学生和英诚中学

130 名中学生。

对象的选定（资格、姓名、条件）、样本数量、样本选取。

【四、制订调查问卷】-----

具体内容详见任务二。

【五、时间安排】-----

1. 调查计划、确定调查目标 5 天；
2. 查找文字资料 3 天；
3. 进行实地调查 20 天；
4. 对资料进行汇总、整理、统计、核对及分析 20 天；
5. 市场调查报告初稿 7 天；
6. 调查报告的修改与定稿 3 天；
7. 调查报告完成、提交 2 天。

确定调查的时间安排包括：调查信息时间和调查工作期限。

【六、调查地点】-----

鸿悦市嘉华区朝芳小学和英诚中学

被调查者居住地区、居住范围（调查地点与调查对象或单位所处的地理位置通常是一致的）。

【七、调查的方式和方法】-----

问卷法、询问法。

八、资料的整理和分析方法

九、调查报告提交的方式

1. 调查报告 2 份；
2. 调查报告递交的形式：文本、网上电子文本。

十、整个调查的组织计划

1. 调查组织及机构设置；
2. 人员的配备情况（如日常主持、配合人员、访问员）；
3. 相关调查人员的培训。

十一、调查费用

1. 调查方案设计费用；
2. 调查表的制作印刷成本；
3. 调查实施费用：调查咨询费（礼品费）、访问员的劳务费、培训费用；
4. 资料整理费用（计算机处理，分析费用）；
5. 统计分析 with 报告撰写费用；
6. 其它不可预见费用。

被调查者居住地区、居住范围（调查地点与调查对象或单位所处的地理位置通常是一致的）。

完成了第一个任务——制订市场调查计划，接下来我们进入市场调查的实施阶段——搜集资料。搜集资料有两种方式：一种是搜集现成资料，就是别人已经搜集过的资料，如网上的资料，出版物或刊物的资料等，这种资料搜集起来更快更容易，所需的费用和时间也少得多；另外一种就是搜集原始资料，当我们进行市场调查所需要的资料没有适当的现成的可以引用时，就需要自己动手直接搜集，这样就需要我们设计调查问卷。

想想，如果你是思为文具店老板，要在鸿悦市嘉华区开一家新店，你会搜集哪些信息呢？

学习文具用品的市场信息包括：潜在顾客的数量和消费能力、消费偏好和消费习惯、竞争者、竞争者有些什么策略、定价多少消费者才能接受、这种定价企业是否有利润、怎样做广告才能吸引更多人的注意……这些都需要我们通过调查问卷去了解情况。

现在，我们共同来完成第二个任务：设计市场调查问卷。

任务2 市场调查问卷

【定义】调查问卷是指调查者为完成调查任务设计、实现调查目的，向被调查者了解实际情况的一种问卷材料。

调查问卷设计的程序：（1）准备阶段：了解调查的目的和要求——界定调查项目与内容——决定问卷设计形式（封闭式问题、开放式问题、半封闭式问题）；（2）初步设计：拟定问卷标题及说明词——问卷主体设计（考虑提问顺序，选择测量技术，列出询问题型，拟定被选答案）——问卷附注设计；（3）定稿印制：修改定稿（修改问题及答案，专家评审，试探性调查，定稿印刷）。

模板二

【鸿悦市嘉华区中山路学生学习文具用品调查问卷】

【尊敬的学生朋友】：

您好！鸿悦市嘉华区中山路思为文具店即将开张，在此特设问卷调查，【以确定学生消费群体对学习文具用品购买的倾向及其关心的问题。衷心希望您能够抽出几分钟时间，认真、客观地完成下面的填写工作。本问卷主要用于了解学习文具用品市场的需求，您的资料将完全保密。希望得到您真实的答案，谢谢你的协作！】

思为文具店 敬上

2008年12月1日

标题由调查对象+调查范围+文种构成。

称呼应顶格写。

卷首语包括以下内容：1.自我介绍（让调查对象明白你的身份或调查主办单位）；2.调查的目的（让调查对象了解你想调查什么）；3.回收问卷的时间、方式及其他事项（如告诉对方本次调查的匿名性和保密性原则，调查不会对被调查者产生不利的影响，真诚地感谢受调查人的合作，答卷的注意事项等）。

【下面，请您仔细阅读问卷，回答下列问题，答案请填写括号内。多谢您的关怀和帮助!】-----

1. 【您的性别 ()

A. 男

B. 女】-----

2. 【您所在的学校 ()

A. 中学

B. 小学】-----

3.你获得学习文具用品的主要途径是什么? (可多选) ()

A.自己去学校附近的文具店购买

B.去批发市场集中购买

C.去大型超市购买

D.由父母陪同或者代购

E.由同学代购

F.其他_____

4.你选择学习文具用品主要看重什么? (可多选) ()

A.用得舒服

B.质量过硬

C.外观吸引人

D.价格便宜,朋友说用得好,我买来试试

E.其他_____

5.您是否会因为产品的外观造型而影响你的选择 ()

说明:比如样子比较 lovely 或者想要和同学不一样的学习文具用品

A.会

B.不会

C.有时会

D.看情况

6.【下列四种类型,哪一个最符合你心目中喜爱的学习文具用品形象? ()

A.图案带有我喜欢的卡通人物

B.有特殊造型或新奇功能

C.能用就好,价格实惠,其他无所谓

D.质量可靠,注重实用而非图案设计】-----

7.你喜欢用多功能的学习文具用品吗? ()

*A.喜欢

B.不喜欢

指导语旨在告诉被调查者如何填写问卷,包括对某种定义、标题的限定以及示范举例等内容。

问卷的主体,即问题,一般有开放式和封闭式两种。

封闭式问题的后面同时提供调查者设计的几种不同的答案,这些答案既可能相互排斥,也可能彼此共存,让调查对象根据自己的实际情况在答案中选择。它是一种快速有效的调查问卷,便于统计分析,但提供选择答案本身限制了问题回答的范围和方式,这类问卷所获得的信息的价值很大程度上取决于问卷设计自身的科学性、全面性的程度。

封闭式问题又可分为:是否式和选择式。

选择式:每个问题后列出多个答案,请被调查人从答案中选择自己认为最合适的一个或几个答案并作上记号。

8.你喜欢拥有外观一系列的学习文具用品吗? ()

A.喜欢 B.不喜欢

9.【你是否经常用同一个品牌的学习文具用品? ()

A.是 B.不是】-----

10.【如果你忠诚于某个或某些品牌的学习文具用品,请列

举

-----】-----

11.你是否知道如何辨别混在市面上假的学习文具用品? 如果不能,是否希望店家告知如何辨别? ()

A.能 B.不能
C.想知道 D.不想知道

12.你面对两家商店所卖的同样的文具,怎么看价格更为便宜的? 是否会担心价格较低的一方可能出售假货?

说明:请在空白栏写出对第一个问题的答案 ()

A.会 B.不会 C.其他-----

13.你购买学习文具用品的频率是 ()

A.每周一次 B.每月一次
C.每学期一次 D.每年一次

14.你每次大概花多少钱用于购买学习文具用品 ()

A.5 元以下 B.6~20 元
C.21~50 元 D.50 元以上

封闭式问题又可分为:
是否式和选择式。

是否式:把问题的可能性答案列出两种相矛盾的情况,请被调查人从中选择其一“是”或“否”、“同意”或“不同意”。

开放式问题就是调查者不提供任何可供选择的答案,由被调查者自由答题,这类问题能自然地充分反映调查对象的观点、态度,因而所获得的材料比较丰富、生动,但统计和处理所获得的信息的难度较大。

学习提示

为了提高问卷的信度和效度,问卷设计时需要注意以下问题:

1.问卷中所提的问题,应围绕研究目的来编制,力求简单明了、用语准确,不要出现双关语,避免片面和暗示性的语言。如“太阳底下最光辉的职业是教师,你喜欢教师职业吗?”

2.问题不要超过被调查者的知识、能力范围。如对小学生的问卷中不要出现“你认为哪家商场的文具营销比较疲软”这类问题。

3.问题排列要有一定的逻辑次序,层次分明。问卷的目的、内容、数据、卷面安排、标准答案等都要认真地推敲和设计。

4.调查表上应有留给供人填写答案的足够空间,并编有填写调查单位的名称、填表人的姓名和填表年月日的栏目。