

策划编辑：张芝雄 张荣昌
编辑统筹：蒲 浩
责任编辑：周伟平
封面设计：唐韵设计



中职生人文素养培养系列教材

中职生应用文写作
中华优秀传统文化
中职生美育教程
中职生礼仪规范
中职生普通话
国学经典诵读



微信公众号



定价：32.00元

江西人民出版社
Jiangxi People's Publishing House

中职生应用文写作

主编 郭守金 彭 佳 刘瑞云

中职生人文素养培养系列教材
“互联网+”新形态一体化教材

中职生 应用文写作

主编 郭守金 彭 佳 刘瑞云

江西人民出版社
Jiangxi People's Publishing House
全国百佳出版社

中职生人文素养系列教材
“互联网+”新形态一体化教材

中职生 应用文写作

主编 郭守金 彭 佳 刘瑞云



江西人民出版社
Jiangxi People's Publishing House
全国百佳出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中职生应用文写作 / 郭守金, 彭佳, 刘瑞云主编.

南昌 : 江西人民出版社, 2024. 12. — ISBN 978-7-210-16156-1

I . H152.3

中国国家版本馆 CIP 数据核字第 2025G1F307 号

中职生应用文写作

ZHONGZHISHENG YINGYONGWEN XIEZUO

郭守金 彭 佳 刘瑞云 主编

策 划 编 辑 : 张芝雄 张荣昌

编 辑 统 筹 : 蒲 浩

责 任 编 辑 : 周伟平

封 面 设 计 : 唐韵设计



江西人民出版社
Jiangxi People's Publishing House
全 国 百 佳 出 版 社

出版发行

地 址 : 江西省南昌市三经路 47 号附 1 号 (邮编: 330006)

网 址 : www.jxp-ph.com

电 子 信 箱 : jxp-ph@tom.com

编辑部电话 : 0791-86898965

发行部电话 : 0791-86898815

承 印 厂 : 北京荣玉印刷有限公司

经 销 : 各地新华书店

开 本 : 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 : 10.5

字 数 : 183 千字

版 次 : 2024 年 12 月第 1 版

印 次 : 2024 年 12 月第 1 次印刷

书 号 : ISBN 978-7-210-16156-1

定 价 : 32.00 元

赣版权登字 -01-2024-973

版权所有 侵权必究

赣人版图书凡属印刷、装订错误, 请随时与江西人民出版社联系调换。

服务电话: 0791-86898820

编写委员会

| 主 审 | 汤晓军

| 主 编 | 郭守金 彭 佳 刘瑞云

| 副主编 | 王水龙 韩丽琴 骆芳兰

| 参 编 | 张 贞 陈 清



前言



当今社会，应用文写作作为一项基本而重要的技能，对于每一个学生而言，都显得尤为关键。无论是在学习、工作中，还是在日常生活中，良好的应用文写作能力都是我们表达思想、传递信息、解决问题不可或缺的一项技能。党的二十大报告明确提出，要“积极发展社会主义先进文化”。2022年11月，教育部、国家语言文字工作委员会提出，“明确语言文字应用能力及标准并纳入毕业要求”，“强化学生口语表达、书面写作、汉字书写、经典诗文和书法赏析能力培养，促进语言文字规范使用”。在此背景下，本教材编写组深入贯彻落实党的二十大精神，立足中等职业学校教学实际和长期教学实践中的经验总结，组织编写了这本《中职生应用文写作》教材，旨在帮助学生掌握应用文写作的基本规范和技巧，为其未来的职业生涯打下坚实的基础。

本教材具有以下特色：

1. 价值塑造与知识传授并重

党的二十大报告指出，要“统筹职业教育、高等教育、继续教育协同创新，推进职普融通、产教融合、科教融汇，优化职业教育类型定位”。本教材的编写以党的二十大精神为导向，积极适应新形势，将价值塑造、知识传授与能力培养紧密结合，深入挖掘中华优秀传统文化元素，以潜移默化的方式培养学生科学的价值观、人生观与世界观，增强学生的时代使命感和责任感。

2. 紧扣职业教育特点，注重实用性和可操作性

针对职业教育的特点和需求，本教材在内容编排上既涵盖了传统应用文体如书信、条据、启事、请柬等的写作要点和格式规范，又结合当前社会实际，增加了申请书、职业生涯规划书、创业计划

书、实习报告等新式应用文的写作指导，还紧跟时代步伐，新增“新媒体应用文”这一项目，阐述数字化写作和人工智能写作等新趋势。这样的设计旨在帮助学生在夯实基础知识的同时掌握最新的应用文写作技巧，为未来的职业生涯做好充分准备。

3. 理论与实践相结合，培养综合素质

在教学方法上，教材秉持理论与实践相结合的原则，不仅详细讲解了每种应用文的写作理论，还配备了大量的素材实例和写作练习。通过具体的写作实践，学生能够把理论知识转化为实际写作能力，培养创新思维和综合素质。

本教材在编写过程中参考、借鉴了一些专家、学者的研究成果和国内外相关文献资料，由于篇幅有限，未能在文献中一一列出，如有遗漏，敬请谅解，在此一并向各位专家、学者表示诚挚的谢意！由于编者水平有限，书中难免存在疏漏和不足之处，敬请各位读者和广大同行不吝赐教。

此外，本教材编者还为广大一线教师提供了服务于此教材的教学资源库，有需要者可致电教学助手 13810412048，或发邮件至 2393867076@qq.com 索取。

编 者



扫描二维码
获取配套资源

目 录



项目一

解锁应用文，写作新领域 1

任务1 认识应用文，提升知识储备 2

任务2 编写应用文，掌握写作技巧 15



项目二

日常应用文，生活好帮手 25

任务1 书信——传递心声 26

任务2 条据——传递凭证 38

任务3 启事——通知体现 46

任务4 请柬——体面表达 51



项目三

校园应用文，成长加速器 57

任务1 申请书——个人诉求 58

任务2 职业生涯规划书——职业蓝图 63

任务3 创业计划书——创业规划 70

任务4 实习报告——职场初体验 81



项目四

职场应用文，发展新法宝 87

任务1 简历——职场启动器 88

任务2	求职信——职场敲门砖	94
任务3	竞聘演讲稿——职场加分项	101
任务4	工作计划与总结——职场最优解	106



项目五 商务应用文，合作高架桥 115

任务1	市场调查报告——策略基石	116
任务2	标书——需求表达	121
任务3	协议书——书面记录	128
任务4	合同——法律保证	135



项目六 新媒体应用文，时代投影仪 145

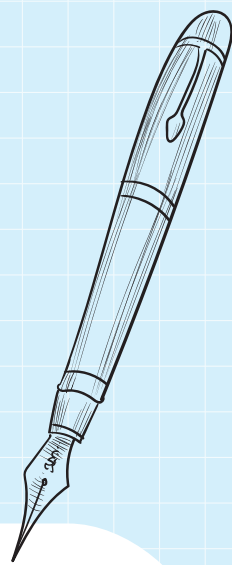
任务1	了解新媒体应用文，延伸拓展	146
任务2	学习新媒体写作，触类旁通	150

参考文献	160
------	-----



项目二

日常应用文，生活好帮手



项目简介

我们在平时的生活中经常使用的应用文就是日常应用文，它包括书信、条据、启事、请柬等类型。本项目各任务分别对这些类型的日常应用文的概念、特点、写法等进行阐述，通过对本项目的学习，我们可以掌握这几种日常应用文的相关知识，并能在日常生活中实际运用。

学习目标

| 知识目标 |

- (1) 掌握不同日常应用文的概念和特点。
- (2) 了解不同日常应用文的类型，掌握具体写作要求。

| 能力目标 |

- (1) 能根据所学知识写出正确的、结构完整的日常应用文。
- (2) 能准确区分不同日常应用文的应用情境，并写出符合具体情境需求的作者。

| 素质目标 |

- (1) 感悟日常应用文背后的礼仪风俗与社会价值观。
- (2) 增强社交能力和提升个人素质。

任务

1



书信——传递心声



文思泉涌 ▶▶▶

某天，学生小林因身体不适，在学校晕倒了。隔壁班的小杨同学看到后及时把他背到了医务室。小林非常感动，他想起之前听老师说，如果要对一个人表示感谢，可以采取给对方写感谢信的形式。于是小林第二天就拿着自己写好的感谢信来到了班主任孟老师的办公室，请她把信转交给小杨同学。但孟老师却说这封信不是一封完整、正确的感谢信，让小林修改后再交到办公室。

小林回去后又读了一遍自己写的信，还是不知道哪里出了问题。小林的感谢信如下：

小杨，太感谢你了！孟老师说，昨天是你帮助了我，你真是个大好人。昨天我左思右想，最终决定给你写这封感谢信。通过这件事，我看出你是一个非常热情、善良的人，我不仅感谢你，以后也会以你为榜样，学习你助人为乐的精神。谢谢！

你隔壁班的小林

思考

- (1) 小林写的这封信存在哪些问题？
- (2) 除了感谢信，我们在日常生活中还会用到哪些类型的书信？

一、书信的概念和类型

“烽火连三月，家书抵万金。”早在几千年前，古人就已经开始使用书信来传递信息、交流感情。随着时代的发展和科技的进步，虽然如今已经出现了许多更便捷、更迅速、形式更丰富的通讯方式，但书信仍旧以其独特的价值和内涵，在人们的日常生活中占据着重要地位。

（一）书信的概念

在中国古代，“书”即“写”，既表示写字的过程，也表示由写出的文字所组成的文章。汉代《说文解字》指出：“著于竹帛谓之书。”古代“信”与“书”并称，最初是指送信的人，而直到唐代才逐渐形成如今“书信”的含义。

现代社会，“书信”同“信”，指按照特定的格式把要说的话写下来给指定的对象看的文体，又称“信函”“信札”。可见，“信”已经取代“书”，成为这一应用文体的主要表达方式。

书信的作用主要在于传递信息、沟通事务、表达情感、联系工作等，可以说是人们在日常学习、生活、工作中使用最广泛的一种应用文体。就其通信手段来说，现代书信可分为普通书信、贺卡、明信片等。



拓展阅读

中国古代书信

书信早期被称为“书札”，主要是因为纸张被广泛使用前，古人一般使用简帛来进行书写。“简”指长条竹片、木片，而“札”则是木片。古代木片也被称为“版”“牍”。汉代规定，诏书写在一尺一寸长的木版上，称之为“尺一牍”，后来称之为“尺牍”，并逐渐演变为书信的通称。因此，尺牍、简、书简、书札都是书信的别称，且都是由书写工具而得来的。

早在先秦时期，人们就开始以印章为凭信来证明送信者的身份和书札的可靠性。印章也被称为“玺印”或“印信”，原是挂在衣带上用来表明身份的，后来被用到书简上，成为书简的凭信。现代社会中，为保障书信内容的私密性，人们往往将书信装入信封中。一些涉及重要事务的公函，还会加盖公章，以证明其可靠性。这种做法便是从古代发展而来的。

汉代已经广泛地使用玺印来封书札，具体的做法是“斗检封”。“斗检封”使用两块木版，一块被做成“凹”状的木版托底，被称为“斗”；一块被嵌在斗的凹处，被称为“检”。书札置于斗中，上下夹合后用绳子把中间的凹槽处捆住，再在检中央的方形孔中注入青泥，署上玺印。这个捆扎封署的过程，被称为“緘”；用泥封上方孔，被称为“封”或“封泥”。这正是我们如今所说一“封”书信的由来。



书札有时不止一块，用斗检封就不方便了。人们又用囊袋装入书札，同样用绳缄口，署上封泥。这种书套又叫作“函”。因此，书信又被叫作书函、函札。

（二）书信的类型

书信在人们的日常生活中应用广泛，不同目的、不同用途的书信在内容、写法、规范等方面存在一定差异。据此，我们可以将常用的书信分为一般书信和专用书信两种类型。

1. 一般书信

一般书信一般用于私人情感交流，是人们为了与亲友、同学、同事等联系，了解彼此的生活、学习、工作情况与思想、情感状态而写作的一种书信。这种书信的主要特点包括私密性、灵活性、距离性。

（1）私密性。一般书信通常被用于私人之间的沟通与交流，其内容常常涉及个人隐私，甚至是一些敏感内容，因此其私密性较高，一般只在写信者和收信者之间传递。

（2）灵活性。与正式公文或商务信函相比，一般书信的传播范围小、涉及人员少且往往关系密切，因此其语言也更为随意、灵活，可以包含较多的个人情感。写信者可以根据自己与收信者的关系亲疏，选择不同程度的正式性或非正式性语言，书信的内容也不必紧密围绕某个主题或严格遵循某些要求，可以根据自己的意愿灵活写作。

（3）距离性。一般书信的写作者与收信者之间往往存在一定的空间距离或心理距离。空间距离是客观物质世界的地理距离，可能双方所处地理位置相距较远，无法当面沟通，所以采用书信这一工具来进行信息传递。心理距离是主观意识上的距离感，通信双方可能由于某种情况不便直接沟通，所以采用书信的形式来传情达意。

2. 专用书信

专用书信一般用于某种特定情境，是机关、团体或个人之间为联系某种事务或达到特定的目的所写的书信。专用书信按照其专门的用途，可分为不同的

类型，如介绍信、证明信、表扬信、感谢信、慰问信、祝贺信、推荐信、辞职信等。专用书信的特点可以归纳为以下3点：

（1）专门性。专用书信的用途专一，范围特定，每一种专用书信都有其特定的用途和读者对象。例如，介绍信用于介绍人员身份或情况，证明信用于证明某事实或某人的身份，等等。

（2）时效性。大多数专用书信都是针对当前某一目的或任务而写作的，其产生作用的范围较小、时间较短，需要及时、快速地传递，否则就会失去效用。例如：一些证明信、介绍信只有在当时、当地及处理当前事务的过程中有效，任务结束便不再使用；一些慰问信、贺信只有在所慰问、祝贺的事件发生后一段时间内有效，过了这段时间就可能显得不合时宜。

（3）规范性。专用书信的内容、形式不像一般书信那样灵活，它需要严格遵循一定的规范，以确保书信的正式性和可靠性。一般来说，专用书信的写作都需要遵循固定格式，在用语上比较礼貌和正式，并且内容要简洁明了，避免冗长和复杂的表述，以便准确、快速地传递信息。

二、书信的结构

虽然书信以其用途的不同被分为不同的类型，但在其整体结构和格式上依旧有一些统一的标准。总的来说，书信的结构主要有称呼、问候语、正文、结尾、落款5个部分，各部分在长期的传承和发展过程中，都形成了统一的写作格式。

（一）书信的称呼

称呼是指写作者对收信者的称呼，又叫作“起首语”，通常要在书信的第一行（一些专用书信会有标题，则称呼在标题之下第一行）顶格写，并在之后加“冒号”。书信的受文对象即收信者，可以是个人，也可以是机关、单位、团队等，根据不同的书信类型、写作目的、亲疏关系，可以采取不同的称呼。

一般来说，用于私人交流的一般书信的称呼可以根据写作者的意愿灵活调整，不必太正式，只要双方都接受且理解即可。而专用书信的称呼通常需要正式一些，尤其是一些面向机关、单位、团体的事务书信，需要准确、完整地写下其名称，以示礼貌和尊重。面向个人的专用书信的称呼也需要规范、礼貌，



如在“×××”后加上“先生”“女士”“老师”等称谓词。

（二）书信的问候语

书信的问候语须写在称呼的下一行，文前空两格且单独成行，用来表示对收信者的问候。问候语通常简洁、直接，短的只有几个字，常用的如“你（们）好”“展信佳”“见信如晤”等，为强调感情，也常以感叹号作结。

（三）书信的正文

书信的正文即写信者所要传递的信息，是整个文章的主体内容，从问候语的下一行开始书写，文前空两格。正文的内容可以按照书信的写作目的、所传递信息的重要程度、个人行文习惯等自行安排，表达清楚即可。

（四）书信的结尾

正文结束后，需要以固定格式的结尾来表示信已结束，通常采用的是祝颂词，以表祝福、尊敬、勉励之意。祝颂词通常分为两部分：其一是祝词，如“恭颂”“祝”“请”“敬请”“恭贺”等，可以在正文之后紧接着写，也可以另起一行（文前空两格）再写，后面不加标点；其二是祝颂的具体内容，如“平安”“健康”“荣寿”“顺利”等，要在祝词之后另起一行顶格写，其后不加标点。

（五）书信的落款

书信的落款包括具名和日期两部分。具名就是写作者的名称，写于结尾下一行或空一两行的后半行，简单的如“王××”“××部”“××校”等，较丰富的如“妹××谨上”“学生××恭呈”等。日期即写信的时间，置于具名下方，在比较正式的书信中，年、月、日，甚至几点几分、所在位置都需要写清，以求严谨。而类似于家书等较私密的书信，在不影响正文阅读的情况下，可以适当略写。

三、书信的写法

在统一的结构和格式之下，不同的书信根据其目的、内容等的不同，有各自独特的、具体的写法，下面仍旧以一般书信和专用书信为区分，说明它们各自的写作方法。

（一）一般书信的写法

按照通行的习惯来讲，一般书信主要包括信封、信纸两部分，下面分别介绍这两部分的写法和一般书信的写作要求。

1. 一般书信的构成

（1）信封。信封是包装、保护信纸并使书信得以邮寄、传递的一种袋状装置，通常是长方形的纸袋，具有一定的规格。信封通常分为两面，一面无内容，主要作用是封口，另一面则须填写内容。

信封有横写、竖写两种。目前邮寄的标准信封大部分为横写（图 2-1-1），托人带或专送的也可以竖写，而无论横写、竖写，都包括寄信者和收信者各自的邮政编码、地址、姓名，以及邮票等内容。其中，收信者和寄信者的邮政编码分别在信封的左上角和右下角进行书写，邮票贴于信封右上角，中间从上到下依次书写收信者地址（按行政区层级从大到小书写，寄信者地址同此）、收信者姓名和“（收）”（有时也可附带电话号码）、寄信者地址与姓名。

□ □ □ □ □ □						贴 邮 票 处	
××省××市××区××街道××路××号							
××× 收							
××省××市××区××路××号 ×××寄							
邮政编码 ××××××							

图 2-1-1 横写信封

（2）信纸。信纸，也称信笺，是进行书信写作的直接物质载体。一般书信因其通信手段和呈现形式的不同可分为多种类型，并相应地使用不同材质、形制的信纸。写信者在写作时需要根据信纸的不同而适当调整自己的写法。



2. 一般书信的形式

(1) 普通书信。普通书信就是人们日常生活中最常用的一种书信形式，写信者可根据自己的喜好选择信纸。普通书信的写作只要遵循书信的基本结构和格式，涵盖称呼、问候语、正文、结尾、落款这几部分即可。

(2) 明信片(图 2-1-2)。明信片是一种不用信封就可以直接邮寄的卡片，由硬纸卡印制，分为正反两面。明信片的正面为图像，反面包括两部分：一部分类似于信封，须书写收件人邮编、地址和姓名，粘贴邮票；另一部分和普通书信一样用来写作书信的主要内容。明信片的篇幅较小，且无私密性，因此在写作明信片时，除了要遵循书信的基本结构和格式，还应该注意不要写涉及彼此隐私的内容，并控制字数。

The diagram illustrates the layout of a postcard, divided into two main sections: the front (top) and the back (bottom).

Front Side (Top):

- A large rectangular area labeled "图片(风景、图画等)" (Image (Scenery, Pictures, etc.)) for a photograph or drawing.

Back Side (Bottom):

- Top Left:** A box labeled "收信者邮政编码" (Recipient's Zip Code).
- Top Right:** A dashed rectangular box labeled "邮票粘贴处" (Postage Sticking Place).
- Bottom Left (Message Area):**
 - Starts with "×××(称呼):" (××× (Salutation):).
 - Followed by "见信如晤。(问候语)" (Seeing the letter is like seeing you. (Greeting)).
 - Then "××××××××....." (××××××××.....).
 - Then ".....(正文)" (..... (Main Text)).
 - Then "祝" (Wishes).
 - Then "安好(结尾)" (All well (Closing)).
 - At the bottom right, "×××" (×××) and "××××年×月×日(落款)" (×××× Year × Month × Day (Signature)).
- Bottom Right (Address Area):**
 - Fields for "收信者地址" (Recipient's Address), "收信者姓名(收)" (Recipient's Name (To)), and "寄信者地址、姓名" (Sender's Address and Name).
 - At the bottom, a box labeled "寄信者邮政编码" (Sender's Zip Code).

图 2-1-2 明信片

3. 一般书信的写作要求

(1) 内容清晰。虽然一般书信通常用于私人之间的沟通交流，具有一定的灵活性，但这并不代表写作者可以毫无顾忌、胡言乱语。为准确传递信息、交流情感，写作者应当在书信中把自己想说的话、想表达的意思都写清楚，确保内容清晰明确，让对方能看懂。

(2) 语言得当。一般书信是人们进行沟通交流的通信工具，但也是一种应用文体。因此，写作者在写信时不能和平时说话一样完全采用口语，而应当注意正确使用书面语，以使语言得当、文章规范，同时也能有效避免歧义。

(3) 态度礼貌。一方面，写作者在写信之前应当明确收信者的性格特点、所处文化环境、与自己的关系等，从而选择合适的语言、语气和写作内容。另一方面，无论收信者是谁，写作者都应当在书信中使用礼貌的语言和措辞。尊重对方，也是尊重自己。

(二) 专用书信的写法

各类专用书信的写作由于其应用情境、写作目的、传递手段等的不同，在遵循书信基本结构和格式的基础上还存在一些具体的写作要求，如专用书信大多需要写标题等。下面以介绍信、证明信等 8 种专用书信为例，分别介绍其写法。

1. 介绍信

介绍信是用来介绍、接洽事宜的一种书信，可以使收信者了解持信人的身份和目的，也可以让持信人获得对方的信任和支持。介绍信的写信者与持信人往往不是同一人。私人介绍信通常是向熟人介绍持信人，因此在格式和语言上的要求并不严格。而由国家机关、企事业单位开出的介绍信，通常是在派人到其他单位联系工作、了解情况或参加各种社会活动时使用的函件，具有介绍、证明的双重作用。这类介绍信有比较严格的写作要求，主要分为以下两种情况：

(1) 便函式介绍信。这类介绍信通常在规范的公文信纸上写作，其写作要点见表 2-1-1。

表 2-1-1 便函式介绍信的写作要点

具体结构	写作要点
标题	可以是“介绍信”3个字，也可以在前面加上单位名称等，首行居中书写
称谓	即书信的称呼，在标题下一行顶格书写收信单位名称或个人姓名，但为求正式需要加上“同志”“先生”“女士”等称谓语，然后再加冒号
正文	一般不分段，但必须写清楚派遣人员的姓名、人数、身份、职务、职称等，说明所要联系的工作、接洽的事项，表达对收信单位或个人的希望、要求等，如“请接洽”。正文的语言必须正式、规范，不能有错别字或容易产生歧义的语句
结尾	规范、适宜即可
落款	写清单位名称和日期，并加盖公章
附注	即需在落款下方注明介绍信的有效期限，数字用大写“壹、贰、叁……”

(2) 填表式介绍信。这类介绍信有固定的格式，一般是已经印制好的，由存根、间缝、本文3个部分组成(图2-1-3)。存根部分由标题、介绍信编号、正文、开出时间等组成，由出具单位留存备查。间缝部分写介绍编号，应与存根部分的编号一致，同时加盖出具单位的公章。本文部分基本与便函式介绍信内容相同，有的需要在标题下再注明介绍信编号。

介绍信存根 (字第 号) 介绍_____等 同志前往_____ 签发人 年 月 日 (有效期 天)	<u>介 绍 信</u> _____ 兹介绍_____的_____同志等_____人前往你处联 系_____事宜至请接洽为 荷。 此致 敬礼 (盖章) (有效期 天) 年 月 日
--	---

图 2-1-3 填表式介绍信

除格式外，在写作介绍信时还应该注意介绍持信人时实事求是；在说明事项时言简意赅；措辞得当，字迹工整；保护好信件。

2. 证明信

证明信是国家机关、企事业单位或个人为证明某人的身份、经历或某件事情的真实情况而使用的一种专用书信，也可直接称作证明。证明信可分为组织证明信和个人证明信，前者又可分为普通书写证明信和印刷证明信。

证明信的通用结构和格式与便函式介绍信基本一致，不同的是，证明信的标题除了“证明信”，还有“有关×××的证明”等形式，正文须写清所证明事项，结尾一般要写“特此证明”，且落款之下并不要求附注其有效期限。由于证明信具有较强的凭证作用，所以在写作或开具证明信的时候一定要对所证明的内容进行核查，确保其有确凿的证据，否则可能会造成严重后果。

3. 表扬信

表扬信是国家机关、企事业单位或个人向收信者表达对某人、某团体的肯定与赞扬之情的一种专用书信。表扬信的结构和格式与证明信大致相同，区别在于其正文应点明所表扬之人（或团体）及其事迹，阐述其行为的意义和写信者的赞颂之情，有时还需向收信者提出建议，如“×××的品德值得大家学习，建议贵校（或单位等）予以表扬（或给予奖励）”。表扬信的写作目的是进行赞扬而非提供凭证，正式性较介绍信和证明信更弱，其落款处可视情况加盖公章。

在现实生活中，有的表扬信是某些国家机关、企事业单位对内部人员的表彰，多张贴在公共场所，这种情况下表扬信可能会省去称呼或标题，直接书写正文。

4. 感谢信

感谢信是个人或集体单位对关心、帮助、支持个人或本单位的人表示感谢的函件，它与表扬信有许多相似之处，也有表扬的意思，能起到表扬先进、弘扬正气、树立良好的社会风尚的作用，但重点还是在感谢上。

感谢信的结构和格式与表扬信大体相同，在写法上的区别主要体现为以下4点：

（1）感谢信须写标题，可以是“感谢信”“致×××的感谢信”，也可以加上感谢者或感谢原因，如“××学校致××环保局的感谢信”等。



(2) 感谢信的正文须阐明“为什么感谢”并表达真挚的感谢之情。

(3) 感谢信的结尾可以是“此致敬礼”等表示敬意、谢意的祝颂词，也可以不写，直接结束。

(4) 感谢信一般不必加盖公章。

5. 慰问信

慰问信是向对方表示关怀、慰问时所写的一种专用书信，一般是有关机关或个人，以组织或个人的名义在他人处于特殊情况（如战争、自然灾害、事故）或在节假日时，向对方表示同情、安慰、问候、关心的函件。慰问信在结构与格式上与感谢信一致，但为表关切，在写作正文时不要有太多客套话，阐明慰问的原因和感情即可。这类书信的结尾通常会写一些鼓励和祝愿的话。

6. 祝贺信

祝贺信是为了向个人或集体表示庆祝和恭贺而作的书信，写作者可以是个人，也可以是集体单位等，通常在对方取得成绩、做出贡献、遇到喜事等情况下使用。祝贺信也是私人之间沟通感情的一种有效工具。在写祝贺信时须注意以下4点：

(1) 标题可以是“祝贺信”，也可以不写。

(2) 由于祝贺信的礼仪性较强，因此在写称呼时，要注意对方的身份，以及与自己关系，既体现尊重，也表示亲切。

(3) 正文要写明祝贺之处，语言要有真情实感，且注意不要出现负面的或不吉利的语句。

(4) 祝贺信具有较强的时效性，写完后应及时发出，否则就会失去效用。

此外，祝贺信和其他专用书信最不同的一点是它可以采取明信片或贺卡的形式。

7. 推荐信

推荐信与介绍信有一定的相似性，在内容上都涵盖对失信人的介绍，具有提供凭证的作用，但推荐信的重点在于向收信者推荐人员，以达到使其聘用、教授该人员等目的。一般情况下，在推荐信中应向对方说清楚被推荐者的身份、特长，也可以根据具体情况提供一些背景材料，但要实事求是。推荐信的正式性较弱，其写法与一般书信相似，但通常有标题。

8. 辞职信

辞职信是辞职者向工作单位辞去职务时所写的书信，也叫辞职书或辞呈。辞职信称呼可以写收信者的名称，也可以模糊处理为“尊敬的公司领导”等；正文应开门见山表明辞职意向，然后再简明扼要地阐明原因和自己的决心，也可视情况写上自己的需求等。



文采飞扬 ▶▶▶

回顾本任务“文思泉涌”中的内容，根据所学知识，自行想象、填补未知信息，对小林所写的感谢信进行修改，并将改后的内容写在下面的方框中。

写作
园地



任务

2

条据——传递凭证



文思泉涌 >>>

某天半夜，小丁同宿舍的小林突然腹痛难忍，小丁发现后急忙陪他去了医院。医生检查后安排小林准备手术，并告诉他术后需要卧床休息一段时间。在医生的救护下，小林的症状有了一些缓解，他向小丁表示感谢，并拜托小丁帮他写一份请假条向班主任请假。小丁写的请假条内容如下：

王老师：

学生林 × × 申请休假两周。

请假人：丁 × ×

思考

(1) 小丁所写的这份“请假条”能获得批准吗？如果不能，应该怎样修改呢？

(2) 除了请假条，我们日常生活中还可能用到哪些类似的应用文体呢？

一、条据的概念和特点

条据是人们在借到、领到、收到或归还钱、物时写给对方作为凭据的便条或单据，是一种用于记录事项、证明事实或作为交易凭证的简短文书。条据作为一种常见的应用文体，在人们的日常生活、学习和工作中具有重要的作用。

(一) 条据的概念

条据是人们在日常生活中为达到某种目的而写作的一种以便条、单据为主要形式的应用文体。条据是有关个体或单位之间权利义务关系的凭证，具有一定的法律效力和约束力，即在符合法律规定的前提下，条据可以作为证据在诉

讼中使用，以证明相关事实的存在。因此，条据对于维护交易秩序、保障个人与集体的合法权益也具有重要作用。

（二）条据的特点

与其他应用文体相比，条据有内容单一、行文简洁、应用广泛的特点。

1. 内容单一

条据的内容通常十分明确和具体，直接针对某一事项或某一请求进行说明或记录。与书信相比，条据不涉及过多的背景描述或情感渲染，也不涉及所要说明事项以外的内容，而是直接切入主题，使读者能够迅速理解其意图。

2. 行文简洁

条据的篇幅一般比较简短，有的只有一两行或者几个字。因此，为准确说明事项，条据的行文都非常简洁，内容上只保留最核心的部分，语言上也不必修饰。比如，如果是收条，只写何时收到何人递交的何物即可，不必再补充对方递交某物的背景、自己收到物品后准备如何处理等内容。这种简洁的行文方式不仅有助于读者快速理解内容，还提高了条据的实用性和效率。

3. 应用广泛

条据在人们的日常生活、学习、工作中有着广泛的应用。条据的多样性使其能够满足不同场合和需求：既可以作为私人之间的凭证或记录，如借条、收条等，也可以作为单位或组织之间的往来凭证，如收据、领条等。因此，条据在我们的生活中日益成为一种不可或缺的应用文体。

二、条据的类型及写法

条据应用广泛、类型多样，且不同类型的条据在写法上也有一定的区别，下面以人们日常生活中最常用的4种条据为例，分别进行介绍。

（一）请假条

请假条是请求休假或不参加某项工作、学习、活动而使用的条据，通常由标题、称谓、正文、落款等部分组成。

1. 请假条的标题

首行居中写“请假条”三字，表明其性质，也点明目的。

2. 请假条的称谓

标题下一行顶格写请假对象的称呼，为表礼貌应当加上称谓语，如“敬爱的××老师”“尊敬的××领导”等，后加冒号。

3. 请假条的正文

称谓下一行空两格写正文，包括请假的原因、起止时间等具体内容。在写作正文时，语气要诚恳，理由要充分，表达要清晰，并在结尾处加上“恳请批准”等内容。另外，也可以和书信一样在结尾处加上祝颂语。

4. 请假条的落款

落款包括署名和日期，在正文右下方写上请假人的姓名，然后在署名下方注明写作或提交请假条的日期。

(二) 留言条

在日常生活中，如果自己有事情要通知对方或有事托付对方，而因为某种情况又不能亲自与对方交流，就可以写张字条留给对方，这就是留言条。留言条的内容通常是非常简短的信息或请求，结构上包括称呼、正文、落款3个部分。

1. 留言条的称呼

首行顶格写对收条者的称呼，如是长辈，要按照平常称呼写，如是平辈或者晚辈，称呼可以亲切热情些。称呼后面加冒号。

2. 留言条的正文

正文是留言条的主要内容，要在称呼之下另起一行空两格写清楚留言的各个要素（何时、何地、何人、何事、目的、原因），避免模糊和误解。正文的语言要准确简洁、标点正确、书写清晰、易于阅读。此外也应该注意礼貌。

3. 留言条的落款

落款包括署名和日期。正文内容结束后，另起一行在右侧署名，可以使用“身份+姓名”的方式，关系比较亲近的话也可以随意些，只要让对方明白是谁留的言即可，方便对方回复或联系。在署名下一行写清楚日期，如果留言内容的时效性较强，就需要写得更具体，详细到几时几分。

(三) 借条

借条是在向个人或集体借现金或物品时写给对方的条子，是一种表明债权

债务关系的书面凭证。借条一般由债务人书写并签章，表明债务人已经欠下债权人借条所注明金额的债务，在日常生活、商业管理等方面应用广泛。钱、物归还后，债务人收回借条，作废或撕毁，表明二者的债权债务关系已结束。借条包括标题、正文、落款 3 个部分。

一般情况下，内容完备的借条应包括以下内容：债权人和债务人的姓名、身份证号、联系电话、联系地址等信息；借款金额（本外币）、借款用途、利息计算、借款日期、还款时间；违约（延迟偿还）罚金、纠纷处理方式等。如有证明人或担保人，还应注明证明人或担保人信息并让其签字。

借条应在完整的纸张上书写，字迹清晰，内容明确具体。

（四）收条

收条是收到其他个人或单位送到的钱、物时写给对方的一种凭据性条据，也被称为收据，是日常生活中常用的一种应用文。无论是收到钱还是物品都可以开具收条，以证实对方履行了交钱或交物的合同义务。不过和借条不同的是，收条本身不会产生债权债务关系。单独的收条只能证明当事人之间发生给付与收取财产的事实，但不能证明当事人之间存在债权债务关系。

收条和借条的结构一致，同样包括标题、正文和落款 3 个部分。

1. 收条的标题

首行居中写标题，字体稍大，写法有两种：一种是直接写上“收条”或“收据”；另一种是把正文的前 3 个字作为标题，如“今收到”“现收到”“已收到”。

2. 收条的正文

一般是在第二行空两格处开始写，但以“今收到”“现收到”等字样为标题的收条的正文前面不需要空格。正文要写明收到的钱或物的数量、物品的类型、规格等，具体的金额数字用大写。

3. 收条的落款

一般收条都要求写上接收钱、物的个人姓名或单位名称及收到的具体日期，一般还要加盖公章。如果是某人经手的，一般要在姓名前署上“经手人：”的字样。如果是代别人收的，则要在姓名前加上“代收人：”的字样。



不同类型的条据示例

请假条

尊敬的 ××× 老师：

您好！

我因 ××××，需要请假 × 天（×××× 年 × 月 × 日至 ×××× 年 × 月 × 日），恳请批准。

此致

敬礼！

请假人：×××

×××× 年 × 月 × 日

留言条

××× 经理：

您好，我是您的客户 ×××，我今天上午来您公司拜访您，想跟您谈一下合作事宜，可惜您不在。请您在方便时给我回电，我的电话是 ××××××××××。期待与您合作，谢谢。

×××

×××× 年 × 月 × 日

借条

借款人：××× 身份证号码：_____

出借人：××× 身份证号码：_____

兹因_____，向 ××× 借款，共借得人民币 ××× 元整（大写）。

（1）借款期限：×××× 年 × 月 × 日到 ×××× 年 × 月 × 日。

（2）借款利息：××。

（3）违约责任：如果 ××× 不能按期归还借款，则应当承担违约责任，双方约定违约金为人民币 ××× 元整（大写）。

（4）借款人身份证明材料：借款人 ×××（签名并按手印）提供的身份证复印件，粘贴在借条上。

双方在履约过程中，若遇特殊情况，应友好协商解决；协商不成的，

可向×××人民法院起诉。双方自愿达成以上之约定，口说无凭，特立此借条为证。

借款人（签名并按手印）：×××

联系地址：××××××

联系电话：××××××××××

见证人（签名并按手印）：×××

联系地址：××××××

联系电话：××××××××××

借条出具时间：××××年×月×日

收条

今收到×××现金壹仟元整，特此为证。

收款人：×××

××××年×月×日

三、条据的写作要求

条据在人们的日常生活中应用广泛，且常常具有一定的法律效力。因此，为了确保条据的有效性和权威性，在写作条据的时候必须遵循以下规范：

（一）事项清晰

条据内容单一，目的明确，一份条据一般只涉及一件事，因此，在写作条据时更应该注意事项清晰，从而准确达到目的。

一方面，条据的主题应直接、明确，让人一眼就能看出其性质和目的。比如，写清楚标题“借条”“收条”“请假条”等，能直截了当地展示该条据的主题。另一方面，内容的阐述应完整、简洁明了。在条据中完整阐述有关事项所涉及的时间、地点、人物、金额、物品等关键信息，这些信息必须准确无误，并且尽可能简洁，不必进行复杂修辞或艺术加工，这样不仅能让读者迅速了解条据的目的和内容，也能避免产生歧义或误解。

（二）表述严谨

由于条据行文简洁，且必须对有关事项进行清晰阐述，所以作者在表述上



必须非常严谨，从而以最少的语言准确传达信息。

1. 使用正式语言

条据是一种具有法律效力的书面凭证，因此应使用正式、规范的语言进行表述，避免口语化、随意性的词汇和表达方式。

2. 避免模糊用语

在写作条据时，应尽量避免使用模糊、含糊不清的用语。在条据中，尤其是借条、收条中，如果涉及钱财金额，应使用具体的数字表示，不能出现“大约”“左右”等表述或者概数，且数字一般需要使用大写，后面加上“整”。

3. 语法和书写正确

条据中的语法和书写必须准确无误，以免因语言错误而产生法律纠纷。在写作条据时，应仔细检查每一个字、词、英文单词、句子，确保其准确无误且符合语法规则。

(三) 格式规范

1. 基本结构完整

确保条据格式规范的首要条件就是结构完整，即该有的部分都要有。例如，请假条必须包含标题、称呼、正文、落款，留言条至少也应该有称呼、正文和落款，等等。不同类型条据的基本结构有所区别，在写作的时候需要格外注意。

2. 签名和盖章准确

一般来说，条据都需要有包括署名和日期在内的落款，而其形式在不同情况下有所区别。有的条据的落款可以手写，也可以打印，只要清晰准确即可，但有的条据因其特殊用途或性质，尤其是在可能涉及权责关系和法律效力时，就需要手写签名，如果涉及单位、团体等，还需要加盖公章。因此在写作、给出、接收条据时，要先弄清楚是否需要手写签名和盖章。

3. 方便保存

为便于保存，同时也避免产生误会或纠纷，条据写作所使用的纸张和最终的字迹也应当符合规范。通常条据写作所用纸张都应该完整、正规，不能质量太差或者有其他无关内容，有的条据在写作时还需要使用有标准格式和大小的纸张。条据中如果有需要手写的内容，必须保证字迹清晰、工整，不能影响阅读。



文采飞扬 ▶▶▶

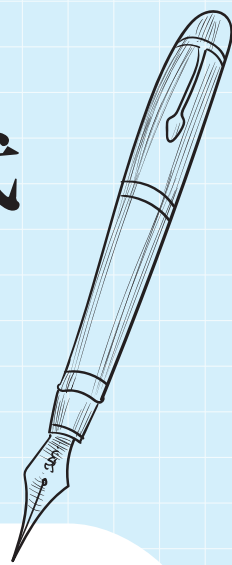
小林手术结束后休养了一段时间，明天即将返回学校。班主任知道后让小丁转告小林，他想和小林聊一聊，了解一下小林的情况，让小林返校后有时间来一趟他的办公室。但不巧的是，第二天小林还没返校，小丁就被所在社团的同学叫去商量社团活动的具体安排了。

请你帮小丁写一份留言条，将班主任的话转告给小林。

写作
园地

项目六

新媒体应用文，时代投影仪



项目简介

以互联网和人工智能为代表的科学技术，正在以一种全新的态势深刻影响人们的生活。在应用文写作领域：一方面，互联网技术将传统应用文电子化，给传统应用文写作注入了新的血液；另一方面，互联网传播催生了大量的新型应用文体——新媒体应用文。

学习目标

| 知识目标 |

- (1) 了解新媒体应用文的特点和类型。
- (2) 掌握微信公众号文案的基本内容。

| 能力目标 |

- (1) 能够利用写作技巧撰写微博和微信公众号文案。
- (2) 能够正确利用数字技术进行可视化表达。

| 素质目标 |

- (1) 培养写作思维，养成良好的语言习惯。
- (2) 关注现实，提升理论与实践结合的水平。

任务

1



了解新媒体应用文，延伸拓展



文思泉涌 ▶▶▶

随着互联网技术的飞速发展，新媒体已经成为人们获取信息、交流互动的重要平台。在新媒体环境下，文案创作成为品牌推广、信息传播的重要手段。相较于传统写作，新媒体写作的形态更加多样化。例如：某音乐平台鼓励听众在用户交流论坛上分享歌单，其“歌单文案”形成了该平台独特的文化氛围，为平台积累了大量忠实用户。学生小许平时就很喜欢创作“歌单文案”，除了用文字，有时他还会在歌单分享时插入自己制作的图片、视频和超链接，因此还被平台邀请参加用户创作大赛并获得奖项。

思考

- (1) 新媒体时代，应用文写作有哪些新变化？
- (2) 某平台的“歌单文案”反映出新媒体应用文写作的哪些作用？

一、新媒体应用文的特点

新媒体应用文是在互联网、电子媒体环境下写作和传播的应用文体，具有写作碎片化、多媒介融合性、内容和呈现方式个性化、传播速度快、读者受众广泛等特点。

(一) 写作碎片化

新媒体应用文的写作往往倾向于碎片化，以适应快节奏的生活方式。同时，新媒体平台的便捷性使得用户可以随时随地获取和发布信息，进一步推动了新媒体应用文的普及和发展。新媒体应用文的写作往往倾向于简短、精练，以适应快节奏的生活方式和信息消费习惯。碎片化写作不仅便于读者快速获取信息，也便于作者在不同时间、地点进行创作和发布。

（二）多媒介融合性

新媒体应用文通常融合了文字、图片、音频、视频等多种媒介形式，使得信息呈现更加丰富多彩。这种多媒介融合性不仅提高了信息的吸引力，还增强了信息的可读性和理解性。新媒体应用文中大量使用网络化用语，包括网络流行语、表情符号、缩写等，这些用语能够增强文章的趣味性和互动性，拉近作者与读者之间的距离。

（三）内容和呈现方式个性化

新媒体平台允许用户根据自己的兴趣和需求定制内容，因此，新媒体应用文往往具有个性化的特点。这种个性化不仅体现在内容的选择上，还体现在呈现方式上，使得新媒体应用文更加贴近读者的需求和喜好。

（四）传播速度快

新媒体应用文往往能够迅速响应时事热点和用户需求，具有极高的即时性。同时，由于信息传播速度快，新媒体应用文的内容往往具有很强的时效性，能够及时传递最新的信息。新媒体应用文的传播速度极快，通过社交媒体、短视频平台等渠道，信息可以在短时间内迅速扩散至大量受众。这种高速传播的特点使得新媒体应用文在时事报道、紧急通知等方面具有显著优势。

（五）读者受众广泛

新媒体应用文的读者受众广泛，涵盖了不同年龄、性别、职业、地域的人群。这种广泛的受众基础使得新媒体应用文在营销宣传、文化传播等方面具有巨大的潜力。

二、新媒体应用文的常见类型

新媒体应用文的类型丰富多样，每一类都有其独特的写作要求和特点。在写作过程中，我们需要根据文章的目的和受众需求选择合适的类型，并遵循相应的写作要求。

（一）从内容划分

1. 个人事务类

此类新媒体应用文涵盖了个人日记、心情分享、生活感悟等多种表现形



式，它们如同个人生活的快照，真实记录了作者的日常点滴与情感波动。这些文字不仅是个人情感的抒发，更是人与人建立情感联系的桥梁，让人们在忙碌的生活中找到一丝慰藉与共鸣。

2. 营销宣传类

在商业领域，新媒体应用文则化身为产品推广、品牌宣传、活动预告的有力“武器”。它们通过精心策划的内容与创意，吸引消费者的眼球，激发消费者的购买欲望，从而提升品牌知名度与市场份额。这类文章往往融合了故事性、趣味性与实用性，让营销信息在不经意间深入人心。

3. 说明公告类

作为信息传播的重要渠道，说明公告类新媒体应用文承担着向公众传达重要信息、解释政策或规定的重任。它们可能涉及政策和法律法规的解读、社会事件的通报或特定活动的规则说明等，确保信息的准确传递与公众的理解接受。

(二) 从发布平台划分

1. 社交媒体平台

微博、微信等社交媒体平台，凭借其庞大的用户群体与高度互动性，成为新媒体应用文的热门发布地。无论是个人分享还是商业推广，这些平台都能为发布者提供广阔的舞台，让内容得以迅速传播与互动。

2. 短视频平台

短视频平台以短视频为主要内容形式，为新媒体应用文注入了新的活力。简短、有趣、易于消化的视频内容，不仅满足了快节奏生活方式的需求，更通过视觉与听觉的双重刺激，增强了信息的吸引力与传播效果。

3. 商业网络平台

电商平台等商业网络平台侧重于商业推广与信息發布。它们为营销宣传类新媒体应用文提供了专业的展示空间，确保了信息的精准投放与广泛传播。

4. 专用通讯平台——电子邮件

在当今社会，电子邮件仍具有不可替代的地位。它以正式、私密、可追溯的特点，成为商务沟通中不可或缺的工具。

（三）从形式划分

1. 传统图文类

文字、图片、表格等传统元素组成的新媒体应用文，以其简洁明了、易于阅读的特点，适用于大多数场景。无论是新闻报道、产品介绍还是教程指南，传统图文类内容都能以直观的方式传递信息，满足读者的基本需求。

2. 短视频、动画等新类型

随着技术的不断进步与受众偏好的变化，短视频、动画等新类型的新媒体应用文逐渐崭露头角。这些新颖的表现形式不仅能够直观地展示信息内容，还能通过动态的画面与生动的音效增强互动性，提高读者的参与感与满意度。短视频、动画等新类型新媒体应用文正成为当今时代信息传播的宠儿，引领着内容创作的新潮流。



文采飞扬 ▶▶▶

创作一篇关于“未来生活畅想”的新媒体应用文，形式不限（图文、视频、音频等）。文案需要结合时下热点，展现创意与深度。完成后发布至个人新媒体平台。

写作
园地



任务

2

学习新媒体写作，触类旁通



文思泉涌 ▶▶▶

李华是一位拥有两年新媒体工作经验的自由撰稿人，尤其擅长利用碎片化时间进行高质量内容创作。他平时运营个人微信公众号“每日灵感碎片”，该公众号专注于分享生活感悟、行业动态及创意写作技巧。他利用微信公众号平台，将文章、音频、短视频等多种内容形式相结合，以适应不同受众的阅读习惯。他还开放评论区，积极回复读者留言。此外，他还定期举办线上读书会、写作挑战赛等活动，鼓励读者参与内容创作，进一步与受众互动。

思考

- (1) 在数字化时代，碎片化写作与社交媒体、即时通信工具等的关系如何？
- (2) 数字化写作对于个人创作或职业发展的意义是什么？它是否适用于所有类型的写作任务？

一、学会碎片化写作——以微博为例

在信息爆炸的时代，人们的时间可能被各种事务切割成碎片，碎片化写作应运而生。它适应了现代人快节奏的生活，使内容更加精练、直接，便于读者在短暂空闲中快速获取信息。

碎片化写作强调简洁明了，用简短的段落、精练的语言传达核心信息，避免冗长复杂的叙述。这种写作方式不仅提高了信息传递的效率，还增强了内容的可读性和吸引力。

(一) 微博写作的特点

碎片化写作促进了新媒体应用的多样化发展，以微博平台为典型代表，它以其独特的创作优势，满足用户随时随地的阅读需求。

1. 明确的账户分类

微博可以清晰地分为两大类：个人微博和官方微博。

(1) 个人微博。主要由普通网民使用，用于分享个人生活、观点、情感等。它们的内容更加多样化，从日常琐事到深度思考，无所不包。个人微博的写作风格更加随性、自由，通常能够真实地反映用户的个性和情感。

(2) 官方微博。通常由企业、机构、品牌运营，用于发布官方信息、活动宣传、客户服务等。官方微博的写作风格更加正式、规范，注重信息的准确性和权威性。它们旨在提升品牌形象、传播企业文化或推广特定产品。

2. 简单的发布操作

微博的发布操作非常简单便捷，用户只需要在微博客户端或微博网页端上输入想要发布的内容，即可轻松发布（图 6-2-1）。微博还支持文字、图片、视频、音频等多种形式的发布，使得用户能够根据自己的喜好和需求选择最合适的发布方式。此外，微博还支持转发、点赞、评论等功能，进一步简化了用户的操作过程。



图 6-2-1 微博网页端发布页面

3. 良好的互动性

微博的互动性是其显著的特点之一。用户可以通过转发、点赞、评论等方式与其他用户进行互动，形成一种独特的社交网络。这种互动性不仅增强了用户之间的交流和联系，还使得微博成为一个信息传播的重要平台。

(二) 微博的基本格式

微博的基本格式包括话题标签、文字内容、插图及视频等。在撰写微博时，需要注意这些基本格式的要求和特点，以确保微博内容的质量和吸引力。



同时，也要根据用户需求和平台规则进行灵活调整和创新，以打造更具个性和特色的微博内容。

1. 微博的话题标签

微博的话题标签可以突出主题，方便用户搜索和关注。话题标签通常放在微博内容的开头或适当位置，用以概括微博的主题或关键词。

2. 微博的文字内容

微博的正文是用户表达观点、分享信息或互动的主要内容。微博正文通常只写一段，无须分段，以保持语言的精练和阅读的流畅性。同时，也要注意控制字数（系统限定为 140 字），确保信息能够在有限的篇幅内得到有效传达。正文应紧扣主题，内容精练、有趣且富有吸引力。

在撰写微博时，可以使用一些表情符号或特殊字符来增加趣味性和可读性，但也要避免过度使用，以免影响阅读体验。

3. 微博的插图

插图能够增强信息的表现力和感染力。在发布微博时，可以搭配相关的静态图片、视频或 GIF 动图等元素来丰富内容形式。

插图应与微博的主题和内容紧密相关，能够直观地展示信息或表达观点。同时，也要注意图片的质量和版权问题，避免使用模糊、低俗或侵权的素材。

4. 微博的互动信息

微博的互动信息包括转发、评论、点赞等功能。

（1）转发。转发是用户将微博内容分享给其他用户的行为，可以增加微博的曝光度和传播范围。在转发时，可以添加自己的评论或观点，以丰富转发内容。

（2）评论。评论是用户对其他用户微博内容的评价。通过评论，用户可以与其他用户进行交流和互动，形成独特的社交网络。

（3）点赞。点赞是用户对微博内容的认可和喜爱的表达。点赞数量越多，说明微博内容越受欢迎和认可。

（三）微博的写作技巧

在实际操作中，写作者需要根据自己的实际情况和用户需求灵活运用写作技巧，以达到最佳的传播效果。

1. 控制篇幅

一般来说，微博的内容应控制在一定字数以内，以确保信息能够迅速被用户浏览和吸收。因此，写作者需要学会抓住重点，用简洁明了的语言传达信息或表达观点。同时，创作者也要注意避免使用冗长的句子和复杂的表述，以免让读者失去耐心。

2. 即时更新

微博作为一个即时社交平台，其信息的时效性非常重要。写作者需要时刻关注时事热点、行业动态或用户兴趣点，及时发布相关信息或观点。这不仅能够提升微博的活跃度和关注度，还能够增强互动性和粉丝黏性。因此，写作者需要养成良好的信息搜集和整理习惯，确保自己能够随时掌握最新的资讯和动态。

3. 图文并茂

图文并茂是提升微博吸引力和可读性的重要手段。

4. 保持互动性

微博的互动性是非常重要的。可以通过提问、分享观点或回应评论等方式与读者进行互动，增加粉丝的参与感和忠诚度。

二、学会个性化写作——以微信公众号为例

个性化写作不仅意味着内容的独特性，更在于与读者建立深层次的情感连接。在微信公众号这一平台上，每个公众号都有自己的“声音”，这包括语言风格、观点立场等。通过持续输出具有鲜明个性的内容，作者能够让读者迅速识别并记住自己的公众号。同时，深入了解目标受众的兴趣、需求及阅读习惯，有助于作者精准定位内容，实现有效传播。

（一）微信公众号发文的基本流程

1. 微信公众号的申请

申请微信公众号是发布内容的首要步骤。申请者需要访问微信公众平台官网（图 6-2-2），选择账号类型（如订阅号、服务号等），根据指引填写相关信息。信息包括账号名称、邮箱、密码等。提交后，需要进行邮箱验证和身份认证，确保账号的真实性和安全性。部分类型账号可能还需要提交额外资质证



明。审核通过后，申请者即可获得微信公众号的管理权限。



图 6-2-2 微信公众号官网页面

2. 微信公众号的设置

获得公众号后，需进行一系列设置以优化用户体验。这包括设置微信公众账号头像、名称、简介及菜单导航。头像和名称应直观反映微信公众号主题，便于用户识别。简介则需要简洁明了地介绍微信公众号定位和内容特色。菜单导航设计需要符合用户习惯，便于用户快速获取所需信息。此外，还需要设置自动回复和关键词回复，提升用户互动体验。

(二) 微信公众号文案的基本内容

1. 微信公众号文案的标题

标题是吸引用户点击的第一要素，需简洁明了、引人入胜。好的标题应能准确反映文章主题，可以运用数字、疑问、对比等手法增加吸引力。应避免夸大其词或过于模糊，以免误导用户。标题应长度适中，确保在不同设备上都能完整显示。

2. 微信公众号文案的正文

正文是传递信息的关键部分，应结构清晰、内容充实。开头应迅速吸引

读者注意，可采用故事、数据、问题等形式。主体部分应详细阐述观点，以案例、数据为支撑，增强说服力。结尾则要总结要点、呼吁行动或留下悬念，引导用户持续关注。语言风格需要符合目标受众喜好，保持专业性与可读性的平衡。

3. 微信公众号文案的插图

插图是提升文章可读性的重要手段。选择与文章内容紧密相关的图片，既能美化版面，又能辅助说明观点。图片要清晰、美观，避免版权纠纷。适当使用动图或视频，可进一步增加文章趣味性。插图布局要合理，可以利用 H5 模板制作（图 6-2-3）。



图 6-2-3 微信公众号图文排版

4. 微信公众号文案的互动信息

互动包括评论、点赞、在看等功能，是增强用户参与感和黏性的关键。作者应鼓励用户在文章下方留言，并及时回应评论，从而形成良好的互动氛围。设置投票、问答等互动环节，可进一步激发用户的参与热情。同时，作者应关注用户反馈，不断优化文章内容，提升用户体验。

5. 微信公众号文案的署名和其他信息

署名是展示作者身份和权益的重要标识，应清晰标注在文章末尾。对于原



创内容，还需要注明版权信息，保护作者权益。其他信息可能包括文章来源、相关阅读链接等，有助于拓宽用户视野，提升微信公众号的价值。同时，保持更新频率，有助于培养用户阅读习惯。

（三）微信公众号文案的写作技巧

1. 要有读者思维

撰写微信公众号文案时，首要原则是以读者为中心，需要具备读者思维。这意味着在选题、内容构思、语言表达等方面，都要充分考虑读者的需求和兴趣。深入了解目标读者的背景、喜好、阅读习惯等，有助于创作出更符合读者阅读口味的文章。同时，要注重文章的实用性和价值性，提供读者真正关心的信息或解决方案。创作者构建读者思维，可以增强文章的吸引力和影响力，提升读者的阅读体验和满意度。

2. 打造有吸引力的标题

标题能够影响读者对微信公众号文案的第一印象，直接关系到文章的点击率和阅读量。因此，打造有吸引力的标题至关重要。标题要简洁明了，能够迅速传达文章的核心信息和亮点。同时，要运用一些技巧，如设置悬念、提出问题、使用数字等，激发读者的好奇心和阅读欲望。但需要注意避免夸大其词或虚假宣传，以免损害微信公众号的信誉和形象。一个优秀的标题，能够在众多文章中脱颖而出，吸引读者的目光。

3. 把握文章结构

良好的文章结构是提升阅读体验的关键。微信公众号文案应遵循清晰、简洁、连贯的原则，合理安排文章的开头、主体和结尾。开头部分要引人入胜，迅速吸引读者的注意力；主体部分要详细阐述观点，提供有力的论据和案例；结尾部分要总结全文，强调重点，给读者留下深刻印象。同时，要注重段落的划分和过渡，避免内容过于冗长或跳跃，保持文章的流畅性和可读性。

4. 适应快速阅读

在移动互联网时代，越来越多的人习惯于快速浏览和碎片化阅读。因此，微信公众号文案要适应这一趋势，注重内容的简洁明了和要点鲜明。避免使用过于复杂或冗长的句子，尽量采用简洁有力的语言。同时，可以通过使用小标题、加粗等方式，突出文章的关键信息和亮点，便于读者快速抓住文章的主旨。

和要点。此外，还可以适当添加一些图表、图片等视觉元素，提升文章的吸引力和可读性。



素材宝库

“世界读书日”新媒体文案范文

读书，是探索知识的宝库，每翻开一页，都是新的世界。无论是科学的奥秘，还是艺术的魅力，书籍都能带我们领略。

读书，更是提升个人素养的阶梯。在书的世界里，我们学会独立思考，培养批判性思维，让心灵得到陶冶。

而在这个喧嚣的时代，读书也是一种宁静的享受。它让我们暂时忘却烦恼，沉浸在知识的海洋中，感受那份独特的愉悦。

世界读书日，让我们一起重拾书本，享受阅读的乐趣，让好书陪伴我们成长，用智慧点亮人生之路！

三、学会数字化写作——以短视频平台宣传文案为例

数字化写作技巧是提升内容吸引力和传播效果的重要手段。数字化写作意味着用数字技术来表达信息，它直观、可视化的呈现方式，可以迅速抓住用户的注意力，增加信息的可信度和说服力。数字化写作让文案更加直观易懂，有助于在有限时间内，快速传达短视频的核心信息，提升内容的吸引力和互动性。

（一）明确创作形式和核心内容

在短视频平台，创作内容需要简洁明了，能够快速吸引用户的注意力。核心内容应聚焦于产品或服务的独特卖点，通过故事化手法呈现。例如，当推广一款护肤品时，核心内容应当聚焦于其与众不同的成分及卓越的功效，而创作形式则可以采用前后对比的短视频形式，直接呈现用户在使用产品前后的肌肤变化。通过清晰界定创作形式与核心内容，创作者可以确保文案既具备高度的吸引力，又能精确无误地传递关键信息。

（二）筛选和整理可用素材

筛选素材时，需要关注与核心内容高度相关的图片、视频片段和数据。素材可通过搜索引擎、社交媒体平台等收集。整理素材时，要对素材进行分类，提取有价值的内容，如用户评价、产品特性等。同时，确保素材的版权问题得到妥善处理，避免侵权。整理后的素材库应便于检索和使用，提高创作效率。

（三）熟练运用数字技术

在短视频平台的创作中，巧妙地运用数字技术，将文字转化为生动、直观的可视化内容，是提升作品吸引力的重要手段。通过数字图表、动画演示、动态效果等，创作者可以将复杂的信息简化，使其更易于被用户理解和接受。例如，在推广一款科技产品时，创作者可以利用动画展示产品的内部结构、工作原理，或者通过数字图表对比产品的性能优势。这样的可视化表达不仅增强了内容的趣味性，还提高了信息的传递效率。

同时，数字技术还可以创造出独特的视觉效果，如使用滤镜、特效等，使短视频作品更加引人入胜。通过精心设计和运用数字技术，创作者可以将文字内容转化为视觉盛宴，让用户在享受视觉美感的同时，深刻记住产品或服务。

（四）正确对待人工智能写作

人工智能写作技术能提高创作效率，为创作者提供个性化内容建议。但需要注意的是，人工智能生成的文案可能缺乏独特的创意和情感表达。因此，在使用人工智能进行写作时，创作者应保持批判性思维，对其生成的文案进行筛选和修改。同时，创作者应结合个人经验和创意，使文案更具个性和吸引力。正确利用人工智能写作技术，将助力创作者在短视频平台脱颖而出。



拓展阅读

人工智能写作的最终效果取决于人

《中国写作学大辞典》《基础写作辞典》等文献认为，写作不仅是人们用语言符号反映客观事物、表达思想情感、传播知识信息、创造精神产品的思维活动过程，也是人们认识并改造自然、社会及人类自身的工具。

文学写作首先是一种文字的排列组合游戏，从理论上说，任何文学

作品都以语音、词语为基本单位。人工智能写作也可视为信息的排列组合。拥有庞大语料库是人工智能的天然优势，对程序化的数字内容进行排列组合是其属性特长。人工智能的文学写作过程类似于把小孩领进文字积木的海洋，他随手抓起的文字积木按照某种逻辑就能排列组合成若干篇文章。

人类写作遵循并经由“物—我—文”转化律对文字赋能，讲究神来之笔，追求打破常规，强调个人与众不同的美感。经典作品的价值在于与时俱进，并对既有的文字意义、符号意象、修辞手段乃至语法规则进行个性化革新，为人们提供不可取代的情感和思想。



文采飞扬 ▶▶▶

以4~6人为一组，每组自行选择一个主题（如节日祝福、产品推广、生活小窍门等）。各小组围绕主题，构思并撰写一段口播时长两分钟左右的短视频文案，要求体现所学技巧，并考虑目标受众与平台特性。

写作
园地

