# 起草文稿要学会让数据说话（五篇范例）

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2025-01-24

*第一篇：起草文稿要学会让数据说话一篇文稿，从基本组成看，一般会包括文字和数据两种要素。文字能表达意图，数据也能说话，并且，用数据说出来的话，往往会比文字表达的意图更加简洁明了，更加易于接受，甚至更加让人震撼。所以，学会让数据说话，是值得文...*

**第一篇：起草文稿要学会让数据说话**

一篇文稿，从基本组成看，一般会包括文字和数据两种要素。文字能表达意图，数据也能说话，并且，用数据说出来的话，往往会比文字表达的意图更加简洁明了，更加易于接受，甚至更加让人震撼。所以，学会让数据说话，是值得文稿起草者花时间和精力加以揣摩研究的。那么，如何让数据说话呢？

一、用鲜活的数据说话

这里面有两个问题。

第一个问题，什么样的数据才是鲜活的数据？真实是鲜活的前提，数据一旦失了真，那就是镜中花、水中月，也许看起来好看，但是实际上无用，甚至会造成决策失误。鲜活的数据必须具有时效性，也就是及时性，这就要求我们使用的数据必须是最新产生的，一般应以最近一个统计时间段的数据为最新数据，比如以年度统计的数据，上一年度的数据就符合时效性要求。

第二个问题，怎么获取鲜活的数据？没有调查，就没有发言权。获取鲜活数据的最直接、最可靠的途径，就是调查研究，而通过这种方式获取数据，对调研者有着很高的专业要求，必须掌握统计学基本原理，并在调查研究中加以灵活运用，否则从工作一线获得的一手数据，未必能全面准确反映一线情况。通过调查研究掌握第一手数据固然很好，但是因为其专业要求高，所以我们还经常从专业部门获取所需数据，这些部门往往都是产生数据或者以数据为生的部门，前者比如住建局、发改委，后者比如统计局、调查队。而通过这两种方式得来的数据，也要认真加以甄别，确保数据的真实性、时效性。

二、让数据说话要遵循逻辑

习近平总书记在对文稿起草提要求时指出，要多用事例、数据来佐证，增强文稿的说服力和逻辑性。在实践中，我们体会到只有富有逻辑性的数据运用才能增强文稿的逻辑性，杂乱无章的数据堆砌则会适得其反。

比如，某单位总结上半年工作成绩时，只是把数据拼凑起来，从成绩上看是有数据、有真相，却看不出工作思路和举措，这样运用数据不但支撑不了成绩，还会让人怀疑数据的客观性。那么，如何让数据以富有逻辑性的方式呈现呢？笔者认为，应当“抓大不放小”。“抓大”就是从大的方面讲，数据的呈现要有章法、成系统，千万不能漫无目的、杂乱无章，而要做到文字与数据相辅相成、珠联璧合。

比如，同样是总结上半年工作成绩，可以围绕高质量发展的主题，从经济发展高质量、改革开放高质量、城乡建设高质量、文化建设高质量、生态环境高质量、人民生活高质量等六个方面分别予以总结说明，这样一来，不仅成绩一目了然，工作的思路举措也清晰明了。“不放小”就是一方面数据自身之间要和谐。

比如，一份汇报材料中有这样一组数据：“全市基本医疗保险参保人数达446.73万人，其中，城镇职工140.75万人，城乡居民305.99万人。”把后面两个数据加起来，总数竟然是446.74万，原来是由于小数点后面四舍五入而造成的误差，这真是“失之毫厘，谬以千里。”另一方面要保证数据在使用中不矛盾，归根到底就是口径要统一，不能同一个数据在同一份材料中前后矛盾，也不能同一个数据在不同单位的材料中出现矛盾。比如，检察机关、审判机关在向本级人大报告工作时，两家均有涉及的数据，一定要保持沟通协调，否则容易出现数据“打架”。

三、要用数据说出广度、深度和高度

数据的价值在于分析。在大数据时代，数据就是资源，运用好数据，挖掘出价值，也能出生产力。所以，在起草的文稿中让数据说话，显然不能止于数据的有序罗列，更要对数据挖深、拓展、提升，进而实现数据价值最大化、文稿效果最优化。

一是要学会多向比较。具体可以在横向上与周边地区、先进地区比，看自身在全省乃至全国的位置；也可以在纵向上与前期比、同期比，看自身取得的进步、存在的差距。比如，有一段材料这样写道：“一季度一般公共预算收入2440.5亿元，同比增长7.2%，增幅高于广东、上海和山东，高于去年全年1.6个百分点。”这段材料里的数据，从横向和纵向两个方向，运用同比的方法，一目了然地反映了一般公共预算收入这个主要经济指标的情况。

二是要追求更深一层。在文稿中出现的数据往往比较宏观，如果能够进一步加以分析，往往会让受众有比较直观的感受。比如，一篇汇报材料在介绍本地河蟹产业时写道：“本市大闸蟹产量占到全国的十分之一，是中国河蟹养殖第一县。”但如果仅仅这样表述，那么受众可能不会对中国河蟹养殖第一县留下深刻印象。若再加上一句“这就相当于，全国每吃掉10只大闸蟹，就有1只产自本地”，这样一分析，听众就有了更加直观也更为深刻的感受。

三是要注重理念引领。数据往往是零碎的，甚至是琐碎的，前面讲了数据要有章法、成系统地呈现，这还只是形式上的要求，用数据说出高度，必须用理念来支撑和引领，这样不仅会让数据活起来，更会让文稿新起来。比如，写一个地区的经济社会发展，可以按部就班地围绕着指标体系写，但如果用“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念作为引领，来支撑整个内容，那么数据不仅能各就其位，更能恰如其分，同时，整篇文稿的层次也会得到质的提升。

**第二篇：要学会说话美文**

我们都“能说话”，但不一定“会说话”

“能说话”，也就是你能表达你的意思而已；

“会说话”，是说，你能在不同的场合对不同的人，用最适当最有效的方式去表达。

“会说话”，是说，你能用恰当的语言打动你想沟通的对象。

“会说话”有几个下个标准：

言之有物——有知识、有思想、有内容；这是根本。

言之有序——有逻辑性；

言之有理——有道理；

言之有礼——有礼节；

言之有文——有文采；

言之有情——有情感；

言之有趣——有幽默。幽默是语言的一种境界。

当然了，“会说话”≠“能说会道”。

古人云：口者，心之门户也。“会说话”，反映的是你内心的东西。

现在，让我们开始重新思考、重新发现：

从小孩子开始到大人，无论在学习、游戏、工作中，不爱说话、不会说话的人都被爱说话、会说话的领导；

人才不一定会说话，但是会说话的人一定是人才；

会说话的背后是一个人的思想、思维、逻辑、知识、智慧、聪明、自信；

有口才，不一定能成功；没有口才，肯定不能成功!

而且，很多中国人在热衷于学习英语的时候，他们还不会说中国话；

我们还发现……

从现在开始思考：我会说话吗？马上行动！让自己“会说话”！

1.如何巧妙地说服别人

当你说一些有利于自己的事情时，人们通常会怀疑你和你所说的话，这是人的本能的一种表现。当你以另一种方式说有利于自己的事情时，却可以大大消除这种怀疑。对于你来说，那种更好的方式就是：不要直接阐述，而是引用他人的话，让别人来替你说话，即使那些人并不在现场。

举例：如果有人问你，这种产品是否耐用，你可以这样回答他：“我的邻居已经用了4年了，仍然好好的。”

事实上，是你的邻居为你有效地回答了这个问题，尽管你的邻居并不在旁边。

举例：如果你正在申请一个职位，未来的老板正犹豫你能否胜任这个工作，你可以谈一谈你以前的老板对你的工作是多么满意。

举例：如果你正在说服一个人租用你的住宅，而他对周围环境是否安静表示担心，你可以提及上一位租户对安静的环境大加赞赏。

在所有这些例子里，你不必回答问题。你的邻居，你过去的老板，你过去的租户会为你回答问题。跟你谈话的人将会得到比你直接回答更加深刻的印象。这是一种奇怪的现象，人们通常很少怀疑你间接描述的真实性。然而，当你直接说出来时，他们就会深表怀疑。因此，要通过第三者的嘴去讲话。引述别人，运用成功的故事，引用事实和统计数据。

2.如何巧妙地影响别人

促使人们按照你的意愿去做事情的第一步，是找出促使他们这样做的原因（即他们想要什么）。当你知道什么会使他们感动时，你就知道该怎样去感动他们。每一个人都是独特的，我们的喜好不同，我们对事物有不同的看法。千万别误认为，你喜欢什么别人也喜欢什么，你追求什么别人也追求什么。寻找他们所喜欢、他们所追求的东西。和别人说他们想听的东西，他们就会感动。你只需简单地向他们说明，只要做了你要求他们做的事情之后，他们便可以获得他们想要的东西。这是个影响他人的巨大诀窍。这意味着用你的话去击中目标。当然，你必须知道目标在哪里。

把这一原则运用于实际生活中。假设你是一个老板，正想寻找一位工程师为你工作。你知道，已有几家公司想聘请他了。运用以上原则：“了解人们所想”，你首先应该判断这位工程师所渴望的职位和公司，并竭力地吸引他。如果你发现他需要一个较高职位，你就应向他表示你能为他提供一个高职位。如果他寻求安定，那么就跟他讲安定;如果他注重进一步深造，就跟他讲这个话题。归根结底，你应发现别人所想，然后告诉他们按你的意愿去做便可达到目的。

从相反的一面来运用这一原则——假设你正在申请一份自己非常渴望的工作，你首先应了解做这项工作所需的能力、责任和义务，以便于向他们表示你可以胜任。如果他们需要一个用电话联络客户的人，你就必须表示你能够用电话联络客户。当你知道了他们需要什么，便可以说他们想听的话了。

“了解人们所想”的方法是：多询问，多观察，多聆听，再加上自己的不懈努力。

**第三篇：文稿起草心得体会**

文稿起草“三台阶”

文稿是领导行使职能、推动工作、实时决策的重要载体。邓小平同志曾指出:“拿笔杆是实行领导的主要方法。”这句话深刻揭示了文稿在领导工作中的重要性。因此，必须要高度重视文稿起草工作，潜心钻研，精心打磨，使之成为“专攻术业”和“立身之本”。

“夯基垒台”——善于领会

文稿实质上是一种表达领导思想感情、体现领导工作个性、展示领导精神风貌的重要载体。文稿起草的成功与否，首先取决于所服务的领导是否认可和满意。因此，起草文稿必须要把准确领会和体现领导意图特别是工作意图作为先决条件，这样才能把握住文稿的主旨和基调，把握住行文的重点和方向。这一点上，除了主动询问以外，我们还可以仔细研读领导在不同场合、不同时期的讲话、文章，特别是一些能够体现领导思想和要求的发言稿、调研报告等，加以消化、归纳、提炼，用心揣摩领导习惯的立意角度和工作思路，与领导保持“同频共振”，想领导所想之事，谋领导所谋之策，言领导所言之语，这样才能为文稿起草打下坚固的基石，促使文稿内容与领导意图有效对接。

“立柱架梁”——勤于积累

“不积跬步，无以至千里；不积小流，无以成江海。”做工作往往是厚积薄发，文字工作尤其如此。要提高文稿起草的水平，就需要养成良好的习惯，重视平时的积累，建立属于自己的知识库。一方面要专攻各项理论方针政策，对于文稿来说，理论是灵魂，政策是生命，只有拔高政治站位，才能在谋篇布局上有高度、有深度，确保起草的文稿有指导性和实践性。另一方面要博通经典文章、名言警句、诗词歌赋，有意识的摘录一些精辟深刻、发人深省、集思广益的文章。只有积淀足够的文化底蕴，才能在遣词造句时有新意、有特色，增加文稿的形象性和感染力。同时，积累知识不等同于堆积，积累的过程是一个学习、整理、思考的过程，最后转化为自己的东西。这样的日积月累，才能真正的实现“博观而约取，厚积而薄发”。

“添砖加瓦”——精于推敲

好文章都是反复推敲修改出来的。文章不厌百回改，反复推敲佳句来。一篇初稿完成后，往往很多东西还比较粗，需要经过反复的修改完善。一是要审视思想上有没有问题，主题是否鲜明，观点是否站得住脚，措施部署是否符合实际；二是要推敲层次是否清晰明了，各部分、各个分论点之间的论证是否严密，架构是否合乎逻辑，段落间是否衔接紧凑，开头结尾是否遥相呼应；三是要斟酌语言是否精确，文字上不出纰漏，是对一篇文稿的基本要求。要确保没有语病和错别字，标点符号也尽量不要出现错用。修改文稿可以采用一个人阅读，其他人当听众的方式，一旦发现读着不顺口、听着不舒服、表述不妥当的地方，就要及时进行修改，力求达到文句干净、文笔生动的效果。同时还要广泛听取领导和同事的意见和建议，凝聚众人的智慧，才能形成一篇过硬的文稿。

“文章千古事，甘苦寸草心”。文稿起草工作是一种单调枯燥的工作，也是一种崇高而神圣的职业。自古就有“文可定国”之道。“文”能出思想、出成果、出风采，能展现巨大的精神力量，推进经济社会向前发展。我们要充分发挥参谋助手作用，做到参之有道、谋之有策，真正成为领导的“智囊”。

**第四篇：让数据自己出来说话**

让数据自己出来说话

盾安集团总裁助理、CIO朱向荣博士

到目前为止，很多企业信息化建设都有一些年头了，积累了大量数据。如何发挥这些数据的价值可能是接下来，企业的CIO需要重点考虑的一件事情。

发挥数据的价值就是BI商务智能的工作。介绍商务智能，需要从6个方面谈起：一是公司治理和IT治理之间的关系；二是IT治理的工作；三是经营管理数据是公司的宝贵资产；四是数据挖掘和分析；五是商务智能和经营决策；六是数据升华。

企业治理主要有6个方面的内容。第一方面是人力资源，以人为本，各个企业对于人力资源的治理都花了很大的力气，老板也非常重视。怎么样把有用的人才招进来，怎么把他们用好。第二是金融资产，企业做到一定规模之后，金融资产在企业治理当中的地位也在日益上升。第三是实物资产，比如说厂房、机器、土地或者是其他的一些看得见的有形资产。第四是知识产权，这一部分在一些先进的企业里面越来越受重视，比如说专利，比如说一些先进设计等等。在我们集团内部也对各个产业有明确的要求，比如一年专利需要有多少个，自主创新的专利产品要达到多少项等等。第五是关系资产。关系资产看上去比较虚，但是实际上非常重要。这关系包括跟客户的关系，企业内部的关系，员工的关系等等。第六是信息资产，这个信息资产非常重要。

最近在跟其他同行在上海交流的时候，我表达了一个观点：企业内做IT的人的春天可能到了。为什么这么说呢？今年我们公司内部有一个非常明确的方针，就是大力推动企业两化融合。先前国资委下面的企业已经是先行一步，接下来所有中国企业可能都会有一个相当大的一个动静。两化融合一块就是我们的工作。为什么要推进这个东西呢？众所周知，例如说，人力资源成本上升之后，企业靠原来的模式到底还能不能发展？在变化非常快的环境里，传统信息的流动能不能够适应现在的潮流？形势变化要求企业信息化水平必需大力提高。所以信息资产的管理在接下来一段时间可能会受到非常高度的重视。

信息的三个特性如果是缺一个，信息实现的价值就大打折扣。企业信息化的领导者，做了很多系统也好，做了很多功能也罢，最终要实现的就是这三个特性。因此在信息技术应用方面，信息技术要能够有效地帮助企业解决业绩数据和信息的真实性、准确性和及时传递的问题。在实现企业的透明经营管理上面信息有它的优势。假如说信息化要做得好，就是信息固然会储存好，需要的时候要能够及时拿到。如果这些方面都实现了，企业在实现经营的透明度上会有相当大的优势。所以在企业的经营管理里面，IT治理应该说是非常基础，而且是有效的一个手段。

想想我们的电话发明原理。企业在初期的时候基本用不上电话。但是现在企业做大了，全国各地都有，甚至做到国外以后，原来的通信手段就很薄弱，就需要建设庞大的通信设备。企业也是这样，企业信息系统的重要性企业创建之初并不能完全体现出来，一旦企业做到几十亿或者上百亿以上，如果没有信息系统，这个企业一定容易出问题。

来看两个数据，一个数据是1：5，第二个数据是5：25。营销方面，企业对新客户的销售成本是老客户的5倍，企业要获取一个新的客户，他的销售成本是老客户的5倍。第二个数据，减少5%的老客户流失至少可以提升25%的利润。这两个数据说明一个问题，企业管理的数据，也就是信息系统里面的数据，如果用得好，能够对企业的经营效率产生非常大的影响，产生很好的效率。我们的CRM这个系统，后台有很多客户的购买数据——最近什么时候买的，在单位时间里面买了多少东西，购买的频率如何等等——通过分析，假如说能够对老客户进行分析，对老客户进行维护，减少老客户的流失，或者增加老客户对我们的购买，这对企业的经营效果会有很大的帮助。再来说说买股票。如果只用前4天的数据能不能判断这个股票是在高位还是在低位，该不该买？不能。因为有很多股票上市之后涨了几天然后马上就回落，或者有的可能还要涨一段时间，也就是说4天的数据不足以判断股票当前价位是高还是低。如果从1991年开始做记录，到现在是20年。根据20年的数据再看看现在这个价位，判断这个股票当前处于高位还是低位，有如此足够数据的积累，显然做判断的说服力一定更强。

在企业的系统里有很多数据，这些数据用WAP连接起来，跟ETL数据库里的数据进行整合归类，然后通过对标归类形成报表。商业智能就像是找矿藏一样，我们在帮助企业找，在这些信息系统里面有很多有价值的东西。如果商务智能做得好，很多有价值的东西都可以挖掘。

企业数据目前有五个层面。第一个层面是数据。数据只是一个事实的数字化和文字化。企业的信息系统，ERP

系统，CRM系统都是把一些企业行为，比如说出库、入库、销售、财务等等这些数据真实地放到系统里面去，仅此而已。第二个层面是信息，我们要先把这些数据变成信息。信息是什么东西呢？信息是对对方能够产生影响的内容——也就是说它本来想这样去设计，但是有可能影响那样去设计，假如有信息来了，就偏向于某一方做决策——所以信息是经过取舍整理之后的一个结果。第三个层面是信息要转变成知识。这个过程要加一样东西——经验。如果一个人没有仓库理念，给再漂亮的报表他也不懂仓库怎么进行规划，怎么合理地布置。因此，信息要加上经验转变成知识。第四个层面是知识变成智慧。有了知识如果不行动，就变不成智慧。知识和行动结合在一起，这样才能产生它的价值，才能变成智慧。第五各层面是哲理。假如经过多次实践检验之后，还是能够得到同样的效果，这样就变成普遍的、体系化的一个哲理。

商务智能系统在企业里该怎么样发挥价值？信息系统能够极大的提高人们的信息收集、存储、加工和应用能力，帮助集团型企业实现数据和信息的及时性、总结性和完整性。尤其是企业做大以后，信息系统就可以实现各公司的信息及时送到总部。商务智能系统为数据的分析展现和IT价值发挥提供了极为有效的工具——只要管理基础打好，加上BI系统就可以有效发挥出数据的潜在价值。

保障商务智能分析的有效性，需要注意四大要素。一是需要完整可信的数据。这是最基础的，也是最重要的。假如系统保存的数据不可信，不完整，分析出来的东西不仅没有价值，反而可能误导经营决策者。二是要有多维度的分析工具。BI工具已有些成熟的产品，包括国外的，国内的都有。这些工具我们可以好好选一下。适合自己的工具就是最好的。三是信息要加上实践经验。做IT的人，可能对技术是比较“商务智能”，但对业务不一定“商务智能”。要做好商务智能一定要把业务人员拉进来，这一点非常重要。需要有一种开放性——台上唱戏，有的时候主角不一定是我们，或许是业务部门或者是销售的常务副总、经理。四是要有判断分析结果的能力。如果是没有这个能力，实际上一张报表出来一点价值都没有。就像是心电图，假如一张心电图的结果出来，如果没有看心电图的知识，判断患者到底有没有病，到底病到什么程度，一定看不出来。

去年国庆阅兵的时候，飞机群飞过天安门广场。飞在最前面的是预警机，预警机就是搞信息的。企业商务智能系统也是企业里面找信息的。假如这项工作做好，企业可以避免很多不必要的麻烦，规避很多不必要的烦恼。2025年有很多商品在国际上是变化非常大，预警做的好的企业——据我所知有很多企业做得非常好——能够充分利用信息的优势；有很多企业就不行了，我知道一个企业，2025年上半年的时候原材料价格在飞涨，那么它不断地囤货，上半年把整年的利润指标完成了，很高兴，在公司的大楼前召集全体员工照一张纪念照。但是到了下半年风云突变，产品价格快速下跌，结果赔了3000多万。这家企业规模不大，3000多万把资本利润亏了都不够。其根本原因就是信息没有及时地掌握。所以对企业来说，信息实际上是非常重要的。

我们要学会透过现象看本质。引用毛泽东的一句话，武器是战争的重要因素，但不是决定因素。假如企业信息系统已经搭建得比较完整，要上BI系统了，或者已经在上，或者有的企业已经上了，但是注意：上了不见得就能够做好。商业智能BI系统可以帮助实现数据信息的分析和展现，为科学的经营决策提供有利的信息保障。这句话没有错。但是只有真正懂得企业经营，能够通过表面看本质的管理者，才能充分发挥商务智能系统的作用。所以在运用BI系统的时候，还要加上我们的经验，我们的经营基础，我们的一些判断能力。

（内容系编者整理，有删节）

**第五篇：起草文稿的“五要五不要”**

我过去一直在政府部门工作，大半生干的就一件事，码字。成千上万的汉字，如何组合、如何配置才能有用，才能实现效率最大化呢？我把自己30多年组合文字的体会说给大家听听，也许对大家今后会有点用。

第一，要研究，不要写文章

好的文稿是研究出来的，不是做文章做出来的。写不出来、写不好的，肯定是因为没有想法，没有想法肯定是研究不够。我们的研究，不同于研究机构的研究，属于问题导向型、对策建议型、方案比选型研究。研究方式也不是事先列个课题，拉开架势写，很多情况下，研究是贯穿到一篇文稿从拉提纲到成稿的几十遍的反反复复的修改中的。

要研究，是因为责任重大。我们的研究成果直接体现为总书记的讲话、党中央的文件、全国人大批准的规划，成为党中央决策、国家意志、政府工作重点。如果新词很多，口号很响，空话套话满满，但看了以后，不知道怎么干，这样的文稿，就不是好文稿。习近平总书记提出的供给侧结构性改革就是反复研究的结果，不是为了写文章写出来的。

2025年第4季度到2025年，经济运行面临“四降一升”，增长速度、财政收入、企业利润、工业品价格持续下降，金融风险上升。“四降一升”，关键点在哪里？反复研究讨论，大家最后认为是价格，是工业品价格连续50多个月的下跌，带来企业利润、财政收入、增长速度的下降。价格为什么跌，是需求不足，还是产能过剩？是总量问题，还是结构问题？是需求侧问题，还是供给侧问题。当时，钢铁、煤炭价格连续两年下降，但全社会表观消费量却在减少，供求规律为什么失效了？原因不是基建投资规模小、增长速度慢等需求不足的问题，而是钢铁、煤炭的产能产量达到了物理性峰值。

所以，“四降一升”是现象，主要矛盾是结构性失衡、主要方面在供给侧，深刻根源是僵尸企业不能及时出清这类要素配置的扭曲。这种情况下，刺激需求，增发货币，加大投资，不仅边际效益递减，而且会加剧产能过剩和金融风险。习近平总书记及时提出供给侧结构性改革的思路，告诉大家要干正确的事，重点推进“三去一降一补”。经过近一年的努力，2025年10月价格稳住了，第4季度增长也稳住了。供给侧结构性改革，是对我国1998年以来一直奉行的扩大需求政策的颠覆性变革，是宏观调控的方向性改变。治大国如烹小鲜。没有深入的研究思考和比选，是不敢提出这种颠覆性思路的。

第二，要思考，不要浅尝辄止

对任何问题，都要深入思考，刨根问底，多问自己几个为什么，像剥洋葱一样，由表及里，一层层剥，找出最终的病根。这样形成的看法，肯定是独特的。

大家都知道北京患病了，而且病得不轻，交通拥堵、污染严重、水资源短缺，房价过高。有的认为是外地人来的太多，千方百计控制人口，但为什么越控制人越多呢？人是跟着就业岗位走的，农业社会人跟着耕地走，工业社会人跟着功能走，功能来了，就业岗位来了，人就来了。既要建设政治中心、经济中心、总部基地、工业基地、商贸中心、物流中心、交通枢纽、航运中心，又要成为文化体育中心、教育医疗中心、科技研发中心，所有功能集于一城，就堵不住人口的蜂拥而入、房价的蒸蒸日上，也难免拥挤不堪的交通、频频光临的雾霾。北京的城市病，病根是功能太多，功能走了，人才能走。治疗城市病，必须动外科手术，疏解北京功能。疏解到哪里去呢？重点是天津、河北，这就有了京津冀协同发展，才有了北京城市副中心和雄安新区。

第三，要创新，不要人云亦云

创新是起草文稿的灵魂。解决中国特有的发展难题，既不能全盘照搬马克思政治经济学，也不能完全套用西方经济学，必须敢想，敢于突破理论的、体制的条条框框，有创新性思维，超前性意识。

起草十八届三中全会时，起草组工作班子的领导就要求大家创新，在哪些方面创新呢？作为改革文件，必须在基础性制度上创新。中国40年的改革，一直是围绕两条主线展开的，一是产权制度或所有制改革，二是市场化改革。最后，反复研究讨论，把过去的使市场在资源配置中起基础性作用，改为“决定性”作用。这种创新，其意义不亚于当年提出建立社会主义市场经济，当年虽然提出了这一改革方向，但没有定义清楚什么是社会主义市场经济，在基本点上留下了尾巴。改为决定性作用，就是要告诉全党全社会，虽然我们实行的是社会主义市场经济，但市场经济的基本规律、共同规律我们必须遵守。

再如，套用西方的基尼系数来衡量我国的区域差距就是正确的吗？这能成为政策方向吗？经济理论需要抽象，可以抽象掉东部地区和青藏高原的海拔，但制定经济政策如果也抽象掉这种海拔，就会犯历史性错误。区域协调发展，绝不是要缩小青藏高原的GDP差距。青藏高原是世界第三级，生态极其重要，若为了缩小差距、增加GDP而盲目开发、过度开发，对中华民族的永续发展将是釜底抽薪式的毁灭性破坏。基于这样的创新性、超前性思维，我们在2025年提出了主体功能区的概念，各地区应该按照优化开发、重点开发、限制开发、禁止开发的主体功能定位推动发展。随后，又提出了空间均衡、空间发展、空间结构、空间规划、空间治理、生态产品、开发强度、资源环境承载能力等一系列概念，成为中国生态文明理论的重要组成部分。

第四，要坚持，不要轻言妥协

真理是坚持下来的。“不唯书、不唯上，只唯实”应该是文稿起草者的职业准则。对各方面意见，有些不得不妥协；有些能坚持就坚持，能坚持多久就坚持多久。坚持下来的内容，往往最亮眼的、最有用的。

在编制“十一五”规划时，我们提出主要污染物减排10%的约束性指标，尽管有关方面一直不同意，但我们一直坚持，并请当时的国家发改委主要领导事先向国务院领导小范围汇报一次，这样国务院领导事先有了思想准备。第二天国务院全体会讨论时，有关方面刚要提出不同意见，就被国务院领导挡回去了。事后看，二氧化硫和COD减排10%是完全可以实现的，就看你是不是真干。十八大报告对生态环境形势的判断说得很重的，即“资源约束趋紧、环境污染严重、生态系统退化”。当时有的领导认为说过了，但我们坚持不改。十八大一结束，北京就遭遇了严重雾霾，后来大家说，幸亏没有改。

当年提出主体功能区时，国家发改委内部就有不同意见，我们坚持下来了。在中央研究“十一五”规划建议时，工作班子激烈争辩，说服了大家，坚持了下来。后来起草组讨论时，有的地方领导不同意，说限制开发就是限制发展，当时两位部级领导坚持了没有改。

十六大提出到2025年基本实现工业化，十七大仍有这个目标。起草十八大报告时，觉得这个目标实现不了，建议删除，但没有被采纳。三年后，在起草十八届五中全会时，仍建议删除，被采纳了，改为工业化和信息化融合发展水平进一步提高，十九大报告也没有再提这一目标。我们现在的发展水平，说再过三年就基本实现工业化，可能吗？中国制造业规模世界第一，220种产品产量世界第一。但是，中国产品质量居世界第一有多少啊？哪个是你原创的，拥有自己技术的企业有多少，产业链上别人离不开的技术有吗？别人一断货，就休克了，好意思说基本实现工业化了吗？工业化是质与量的统一，有规模没质量，不能说完成了工业化的任务。工业化也不能仅看工业，还要看农业，我们的农业还是小农的、传统的，离工业化国家的差距不是一星半点。

第五，要动手，不要捉刀代笔

自1989年进入政府部门后，我的职务在变，从主任科员升到副部，但有一条没有变，就是坚持自己动手、自己动笔、自己动脑（电脑），一个字一个字地写，一个标点一个标点地抠。中央财办就是这样一种工作方式，领导班子成员都是亲自动手，官越大，写的越多。

1．要动手，是要把握文稿之魂。各个部分可以分工负责、写出初稿，但好的文稿，要求主持者按照统一的想法统稿修改，这样才能有贯穿全篇的思想，一以贯之的逻辑。

2．要动手，是职责所在。起草文稿也是一种权力，是对决策的影响力。手中这只笔，重如泰山，自己不动笔，就意味着放弃了权力，更是一种失职。

3．要动手，也是个人成长的需要。大脑要用，文笔要练。不动脑，就出不了好主意；不动手，就练不出好文笔。没有好主意、好文笔，就跟不上时代，随时会被时代“调整”掉。

4．要动手，是因为把起草文稿当作事业。这样，就能写出乐趣、写出快乐、写出人生价值。

我给大家说这些，不是让大家从事这个职业。码字其实是很苦的，一旦上了车，很难下来，所谓的乐也是不过是苦中求乐。再次祝贺大家、祝福大家！谢谢。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！