



商务 英语写作 经典模板100篇

- ★ 上班族案头工具书
- ★ 用最短时间写出最好的商务文章

John Van Rys
Verne Meyer © 著
Pat Sebranek

The Business Writer

9大类100余篇

标准范例

- 各类说明书 •
- 各类报告和计划书 •
- 告知信息：通知、建议、概述 •
- 公司管理：概况、宗旨、政策说明 •
- 市场营销：推销、投标、售后、催款 •
- 要求回应：邀请、寻求合作、同意、拒绝 •
- 人际关系：道歉、祝贺、同情、感谢、欢迎 •
- 人力资源：求职招聘、面试申请、推荐、拒绝、员工评估 •
- 公共关系：危机处理、立场描述、新闻通稿、抱怨、解释 •

英语国际人 知性英语·自信表达



商务 英语写作 经典模板100篇

The Business Writer

John Van Rys

Verne Meyer

Pat Sebranek

◎ 著

杨姗姗 ◎ 译



外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

商务英语写作经典模板 100 篇 / (美) 瑞斯 (Rys, J. V.) 主编. ——北京: 外文出版社, 2010
(英语国际人)

ISBN 978 - 7 - 119 - 06176 - 4

I. ①商… II. ①瑞… III. ①商务-英语-写作 IV. ①H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 235549 号

著作权合同登记图字: 01 - 2010 - 0319 原著书号 ISBN: 9780618370870

First published by Houghton Mifflin, a part of Cengage Learning.

All Rights Reserved

Authorized Simplified Chinese Edition by Cengage Learning and FLP. No part of this book may be reproduced in any form without the express written permission of Cengage Learning and FLP.

本书原版由圣智学习出版公司下属 Houghton Mifflin 公司出版

版权所有

圣智学习出版公司授权外文出版社改编出版。未经圣智学习出版公司和外文出版社的书面许可不得翻印。

责任编辑 李 媛

装帧设计 红十月设计室

印刷监制 冯 浩

英语国际人

商务英语写作经典模板 100 篇

作 者 John Van Rys Verne Meyer Pat Sebranek

翻 译 杨姗姗

© 外文出版社

出版发行 外文出版社

地 址 中国北京西城区百万庄大街 24 号 邮政编码 100037

网 址 <http://www.flp.com.cn>

电 话 (010) 68995964/68995883 (编辑室)

(010) 68320579/68996067 (总编室)

(010) 68995844/68995852 (发行部/门市邮购)

(010) 68327750/68996164 (版权部)

制 版 贵艺图文设计中心

印 制 北京佳信达欣艺术印刷有限公司

经 销 新华书店 / 外文书店

开 本 787mm × 1092mm 1/16 印 张 18.25

字 数 250 千字 装 别 平

版 次 2010 年 2 月第 1 版 2010 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 119 - 06176 - 4

定 价 36.00 元

上架建议: 商务英语 英语写作

版权所有 侵权必究 如有印装问题本社负责调换 (电话: 68995852)

告知信息信的写法 <<<



在写通知信、备忘录或者电子邮件时，你的目的就是提供并解释清楚对方需要的内容和细节。你需要明确清晰地传达信息以避免日后不必要的跟进解释。从以下的模板中你就可以了解到，通知信可以提供建议、公布消息、确认计划、解释说明并更新最新内容。

1 介绍部分陈述了主题以及要点。

2 写作指南简明扼要。

1. 构思

修辞分析：考虑你的目标、读者和内容。

- 你通知的内容是什么——是你实际上想取得的效果吗？
- 你的读者是谁？他们现在对这个主题了解多少？他们还有什么需要了解的？
- 传递该信息最好的方式是什么？通过电子邮件、备忘录、信件还是附件（例如小册子、报告）？

准备草稿。

- 明确你要传递的具体信息。研究这些信息以保证你能保证其准确性。
- 选择你需要的信息来描绘解释该主题；然后按一定的顺序排列这些信息。
- 如果你发现一份现成的文件（例如报告或者小册子），再加一个封面说明，突出你需要的段落和部分。

2. 草稿

将内容分成三个部分。

开篇部分：解释你传达的信息是什么以及为什么要传达。

正文部分：用便于读者阅读的方式阐述该信息（例如，正需要的细节）。

结尾部分：如果需要对方回应，解释清楚对方需要的行动，并提供更多的帮助。

建议信 <<<



在建议信中，你可以和读信人分享你的想法、观点、智慧和能力，这样对方就能理解你的出发点并做出决策。

修辞分析

- 目的：准确地说明你对地产购买研究的结果
- 读者：社区内想要改善住房的新房主
- 格式：正式的公司信函（让所提的建议显得更有分量）

3 写作情境、写作目标及思考过程。

4 修辞分析描述了写作目的、读者以及格式。

感谢你们访问我的办公室，并与我讨论您对购买位于港湾大街 1305 号市政地产的兴趣，告知信息。

Bui, Cappa & Longman

408 6th Street NE, 5th Floor, MN 56303 • Telephone 800-555-4264, 320-555-8430
Fax 320-555-8436 • ybui@bgw.com

June 10, 2009

Dr. Shonna Williams
1305 Bayshore Drive
Bear Lake, MN 56935

Dear Dr. Williams:

Thank you for stopping by my office to discuss your interest in purchasing the city-owned property adjacent to your east lot line at 1305 Bayshore Drive. I have now researched the matter and have the following advice on how to proceed.

Specifically, I reviewed your property's abstract, checked the plat drawings at the Kanabec County Office, and visited with Bear Lake City Manager, Jean Quamba. From the abstract and plat drawings, I learned that the city-owned property is 18 feet on the north and south sides and 196 feet on the east and west sides.

Ms. Quamba reported that in 1988, the city purchased this property as part of its plan to extend the city's bike trail on the south to Birdview Park on the north. However, in 1997, the city purchased a section of the abandoned railroad and built the bike trail there instead. She also said that the city council may be willing to sell the property adjacent to yours for a "reasonable price."

Purchasing the property at this time could be a wise decision. The property would extend your living space, give you greater privacy on the north, and enhance the value of your home.

Please call me at 800-555-4264 so we can discuss how to proceed.

Sincerely,

Yen Bui

【开篇】
情景：介绍主题和内容。

【正文】
解释：描述能支持你建议的研究结果和其他根据客观陈述内容。准确地阐述你的建议，并且提供能支持你建议的细节。

【结尾】
行动：进一步提供帮助。

5 中文译文准确到位。

6 范文取自真实的工作情境，实用精炼。

7 页边注释点明写作模式、风格以及写作策略。

目 录

第一部分 商务写作概论

1. 黄金三段式 Three-Part Structure / 1
2. 选择适当的表格和图例 Choosing the Right Graphics / 2
3. 表格 Tables / 3
4. 图例 Figures / 4

第二部分 商务信函

一般书信

5. 书信的三种类型 Three Types of Messages / 13
6. 通用信的写法 Guidelines for Form Messages / 19
7. 标准通用信 Standard Form Message / 20
8. 菜单式通用信 Menu Form Message / 21
9. 指南式通用信 Guide Form Message / 23

求职招聘

10. 求职信 Application Letter / 25
11. 申请信 Application Essay / 27
12. 请求写推荐信 Recommendation-Request Letter / 29
13. 面试后的跟进信 Interview Follow-up Letter / 31
14. 给应聘者的回复的写法 Guidelines for Employer's Follow-up Letters / 33
15. 给应聘者的回复（想录用）Employer's Follow-up Letter (Strong Candidate) / 34
16. 给应聘者的回复（不想录用）Employer's Follow-up Letter (Unqualified Candidate) / 35
17. 录用通知 Job-Offer Letter / 36
18. 工作接受信 Job-Acceptance Letter / 38
19. 工作拒绝信 Job-Rejection Letter / 40
20. 感谢信 Thank You and Update to Reference / 42
21. 推荐信的写法 Guidelines for Employee Recommendations / 44
22. 推荐信（升职推荐）Recommendation (Promotion) / 45
23. 推荐信（强力推荐）Recommendation (Strong Candidate) / 47
24. 推荐信（有保留的推荐）Recommendation (with Reservations) / 49

个人事务

25. 要求涨工资或晋升的信件写法 Guidelines for Requesting Raises or Promotions / 51
26. 辞职信的写法 Guidelines for Resigning / 53
27. 辞职信 Resignation Memo / 54

告知信息

28. 告知信息信的写法 Guidelines for Informative Messages / 55

- 29. 建议信 Advice Message / 56
- 30. 通知 Announcement or Notice / 58
- 31. 确认信 Confirmation Message / 60
- 32. 概述文件 Cover Message / 62
- 33. 告知进度 Update / 64

表达善意

- 34. 表达善意的信件的写法 Guidelines for Goodwill Messages / 66
- 35. 祝贺信 Congratulations Message / 67
- 36. 道歉信 Apology / 68
- 37. 感谢信 Thank-You Message / 70
- 38. 欢迎信 Welcome Message / 72
- 39. 同情信 Sympathy Message / 74

要求信

- 40. 询问和要求信的写法 Guidelines for Routine Inquiries and Requests / 75
- 41. 要求信息 Information Request / 76
- 42. 要求合作 Routine Request for Cooperation / 78
- 43. 常规邀请 Routine Invitation / 80
- 44. 劝说接受特殊要求的信件的写法 Guidelines for Special Requests and Promotional Messages / 82
- 45. 劝说合作 Persuasive Request for Cooperation / 83
- 46. 请求帮助 Persuasive Request for Assistance / 85
- 47. 请求参与 Request for Participation / 87
- 48. 集资 Fund-Raising Message / 89
- 49. 信用申请 Credit Application / 91

回应信

- 50. 积极回应信的写法 Guidelines for Positive Responses / 93
- 51. 积极回应询问 Positive Reply to an Inquiry / 94
- 52. 积极回应要求或建议 Request or Proposal Acceptance / 96
- 53. 积极回应建信用要求 Credit Approval / 98
- 54. 积极回应投诉 Accepting Claims / 100
- 55. 回绝信的写法 Guidelines for Denying Requests / 102
- 56. 回绝资金要求 Funding-Request Denial / 103
- 57. 消极回复询问（私人信件）Negative Response to an Inquiry (Personal Letter) / 105
- 58. 消极回复询问（正式信函）Negative Response to an Inquiry (Form Letter) / 107
- 59. 消极回复捐款要求 Negative Response to a Donation Request / 109
- 60. 消极回复投诉 Negative Response to a Claim or Complaint / 111
- 61. 消极回复建信用要求（企对企）Negative Response to a Credit Application (Business to Business) / 113
- 62. 消极回复建信用要求（企对客）Negative Response to a Credit or Loan Application (Business to Consumer) / 114
- 63. 拒绝建议、计划或投标的信件的写法 Guidelines for Rejecting Suggestions, Proposals, or Bids / 115
- 64. 拒绝建议 Suggestion Rejection / 116
- 65. 拒绝计划 Proposal Rejection / 118
- 66. 拒绝投标 Bid Rejection / 120

公共关系

- 67. 解释问题的信件的写法 Guidelines for Explaining Problems / 122

68. 解释变故 Negative Change Announcement / 123
69. 解释不好的结果 Poor Results Explanation / 125
70. 危机处理 Crisis Management / 127
71. 抱怨信的写法 Guidelines for Making Claims or Complaints / 129
72. 一般的抱怨 Complaint (Basic) / 130
73. 严重的不满 Complaint (Serious) / 132
74. 说明立场的信件写法 Guidelines for Position Statements / 135
75. 立场描述 Position Statement / 136

营销和售后

76. 销售信的写法 Guidelines for Sales Messages / 138
77. 推销信 (首次联系) Sales Letter (First Contact) / 139
78. 推销信 (通用格式) Form Sales Letter / 141
79. 推销信 (第二次联系) Sales Letter (Following a Contact) / 143
80. 售后联系 Sales Letter (Following a Sale) / 145
81. 推销信 (给不积极的消费者) Sales Letter (Inactive Customer) / 147
82. 催款信的写法 Guidelines for Collection Letter / 149
83. 催款信 (第一次通知) Collection Letter (First Notice) / 150
84. 催款信 (第二次联系) Collection Letter (Second Notice) / 152
85. 催款信 (最后通牒) Collection Letter (Final Notice) / 154

第三部分 商务文档

报告和计划书

86. 报告和计划书的写作要点 Writing Successful Reports and Proposals / 155
87. 报告和计划书的类型 Types of Reports and Proposals / 156
88. 事故报告 Incident Report / 157
89. 调查报告 Investigative Report / 161
90. 阶段报告 Periodic Report / 167
91. 项目进度报告 Progress Report / 171
92. 差旅报告 Trip Report / 175
93. 正式报告 Major Report / 179
94. 陈述稿 Presentation in Manuscript Form / 180
95. 计划书的写法 Guidelines for Proposals / 185
96. 提高说明 Justification Proposal / 187
97. 概念性计划书 Concept Proposals or Suggestions / 190
98. 解决麻烦建议书 Troubleshooting Proposal / 192
99. 申请计划书 Grant Proposal / 196
100. 研究计划 Research Proposal / 201
101. 销售计划书或标书的写法 Guidelines for Major Sales Proposal or Bid / 204
102. 投标 Bid Form / 205
103. 营销计划 Sales Proposal / 207

公关文档

104. 新闻通稿的写法 Guidelines for News Releases / 209
105. 新闻通稿的主题 Topics for News Releases / 210

- 106. 新闻通稿（好消息）Release（Good-News） / 211
- 107. 新闻通稿（坏消息）Release（Bad-News） / 213
- 108. 传单和小册子的写法 Guidelines for Flyers and Brochures / 215
- 109. 传单 Flyer / 216
- 110. 通讯的写法 Guidelines for Newsletters / 217
- 111. 内部通讯 Newsletter（In-House） / 218
- 112. 对外通讯 Newsletter（Public） / 220

说明书

- 113. 说明书的写法 Guidelines for Instructions / 222
- 114. 列举系列用品的说明书 Instructions with a List of Materials / 224
- 115. 程序说明书 Instructions for a Procedure / 226
- 116. 带照片的说明书 Instructions Containing Photographs / 228
- 117. 带图片的说明书 Instructions with Drawings / 230

公司管理

- 118. 公司概况的写法 Guidelines for a Company Profile（or Fact Sheet） / 232
- 119. 公司概况（简要）Company Profile（Brief） / 233
- 120. 公司概况（详尽）Company Profile（Fact Sheet） / 235
- 121. 企业宗旨的写法 Guidelines for Mission Statements / 238
- 122. 政策说明的写法 Guidelines for Policy Statements / 240
- 123. 关于质量控制的政策说明 Policy Statement on Quality Control / 241
- 124. 关于补偿金的说明 Policy Statement on Reimbursing Expenses / 242
- 125. 关于保密政策的声明 Policy Statement on Confidentiality / 244
- 126. 流程的写法 Guidelines for Procedures / 246
- 127. 政策执行程序 Instructions for a Policy Procedure / 247

人力资源

- 128. 职位描述的写法 Guidelines for Job Descriptions / 249
- 129. 职位描述（简要）Job Descriptions（Brief） / 250
- 130. 职位描述（详细）Job Descriptions（Extended） / 252
- 131. 招聘广告的写法 Guidelines for Job Advertisements / 255
- 132. 招聘广告 Job Advertisements / 256
- 133. 员工评估的写法 Guidelines for Employee Evaluations / 258
- 134. 员工评估（简要）Employee Evaluation（Short Form） / 259
- 135. 员工评估（详细）Employee Evaluation（Long Form） / 261

附 录

- 1. 常用标点符号 Using Punctuation / 264
- 2. 常用情态动词 Common Modal Auxiliary Verbs / 278
- 3. 常用动词短语 Common Two-Word Verbs / 279
- 4. 常用习语 Idioms / 280

黄金三段式 <<<



对于工作场合的写作，没有必要为每一份文件都创造一种新的结构。三段式结构以及直接或间接的组织结构为我们提供了一个非常好用的模板。提纲、总结、主题句、标题系统和列表也提供了其他的表达次序。这些组织策略帮助读者迅速把握主题思想、行文结构和要点之间的联系。

三段式结构

大多数工作场合的写作，无论其内容长短、简单复杂，都要按照开篇、正文和结尾的结构模式来写。这种模式非常有用，本书的各篇文章都在旁注中直观标明了文章的结构。通过下文详解此三段式结构，注意各部分提供的各种策略。

开篇策略选择

- 阐明写作原因。
- 向读者致以问候；以友好的态度开头。
- 以戏剧性的语言吸引读者的注意。
- 阐明你的要点。
- 总结结论和建议。
- 阐述背景内容及细节。
- 定义关键术语。
- 预告文件内容；明确叙述的方向。

【开篇】

明确文章的主题，吸引读者阅读。

正文策略选择

选择适合文件内容、支持主题思想并能由此得出结论的写作结构。
通过以下一种或几种模式来安排细节：

- | | |
|---------|-----------|
| ■ 问答形式 | ■ 从总体到细节 |
| ■ 按重要程度 | ■ 从细节到总体 |
| ■ 按字母顺序 | ■ 按对比形式 |
| ■ 分类写作 | ■ 问题与解决办法 |
| ■ 分割法 | ■ 原因和结果 |
| ■ 按空间顺序 | ■ 观点和辩论 |
| ■ 按时间顺序 | |

【正文】

通过提供读者需要的详细解释和细节来推动文章主题的进展。

结尾策略选择

- 强调信息的重要性。
- 阐明结论和建议。
- 解释如何使用该信息。
- 阐明你下一步需要做的事情。
- 指出读者需要采取的行动；在什么时间做什么事情以及如何做。
- 表达希望进一步联络的意愿。
- 提供进一步的帮助、交流或者行动步骤。

【结尾】

内容集中在结果、行动和未来要实现的目标上。

选择适当的表格和图例 <<<



这里介绍不同类型的表格和图例。对不同类型表格和图例的了解可以帮助你迅速选择适当的表达方式。

表格

在排列表中使用数字以显示两个要素的交叉内容。

- 数字列表：提供总量、货币、百分比等数据。
- 文本列表：使用文字而非数字。

表格

Table 1: Comparison of Economic Indicators for Selected Countries, 2004			
Country or Region	GDP (in \$Bn)		
	2004	2003	2002
USA	10,600	10,500	10,400
China	1,600	1,500	1,400
India	800	750	700
Japan	4,500	4,400	4,300
Germany	3,000	2,900	2,800
France	2,500	2,400	2,300
UK	2,000	1,900	1,800
Italy	1,800	1,700	1,600
Spain	1,500	1,400	1,300
Canada	1,200	1,100	1,000
Australia	1,000	950	900
South Korea	800	750	700
Brazil	700	650	600
Argentina	600	550	500
South Africa	500	450	400
Indonesia	400	350	300
Malaysia	300	250	200
Thailand	200	150	100
Philippines	150	100	50
Vietnam	100	50	0

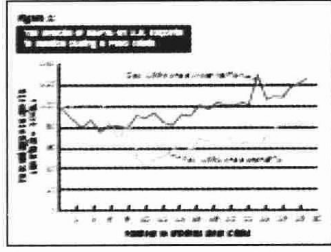
图例

将信息转化为可视性的内容；将数据变成二维图表。

图表：显示数字之间的关系。

- 曲线图：显示数量随时间变化的趋势。
- 条形图：通过使用一些列横条或者竖条比较数量的大小。
- 饼图：将全部内容分为圆形的若干部分以比较各自的份额大小。

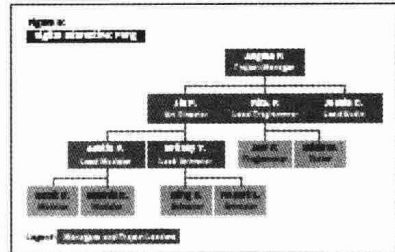
图表



结构图：显示各部分或者事物各阶段的关系。

- 组织结构图：描绘出一个组织内部的结构和关系。
- 流程图：描绘一个过程的各个步骤。
- 甘特进度图：标明项目的总体任务和各项进度。

结构图



可视图：提供现实世界中的图片。

- 地图：提供地理信息。
- 照片：通过各种版式体现现实世界中的细节。
- 线条图：简单地显示事物的轮廓。

可视图

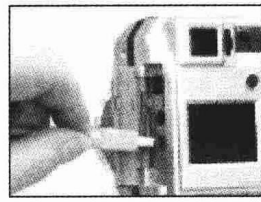


表 格 <<<



表格利用横排与纵列安排数据和文字。表格中每个空格需填写的数据是两种要素交叉的结论。使用表格可以实现如下目的：

- 为了便于比较几种要素而归纳数据。
- 提供整齐且可读性强的众多精确数据。
- 提供原始数据以便制作曲线图、条形图或者饼图。

设计要点

按逻辑顺序建立横排与纵列：通过使用各种组织形式来增强表格的可读性：种类、时间、地点、字幕、升序、降序。让横排或者纵列的内容清晰而醒目。

标签信息：用简洁醒目的标题标注最顶上一排和最左边一列，并用各种颜色、阴影和线条区分开来。

准确罗列数据：在一个数字表格里，将数字四舍五入为整数，并将他们罗列在相应的空格中。此外，以小数点对齐罗列数字。如果是空格，则用斜线或者 n. a. （不存在）表示。在文字表格中，用横排格式编辑。

Types of personal Weekend Trips In the United States: 2009			
Type of Trip	Length of trip		
	1-2 Nights	3-5 Nights	Total
Number			
Total personal trips	252,581	188,804	441,382
Business	32,358	33,172	65,530
Pleasure	186,219	134,659	320,878
Visit friends and relatives	104,438	74,151	178,589
Leisure	81,781	60,508	142,289
Personal business	34,004	20,970	54,974
Percent			
Total personal trips	100.0	100.0	100.0
Business	12.8	17.6	14.8
Pleasure	73.7	71.3	72.7
Visit friends and relatives	41.3	39.3	40.5
Leisure	32.4	32.0	32.2
Personal business	13.5	11.1	12.5

图 例 <<<



图表

图表显示数字之间的关系——差别、份额或趋势。如果设计合理的话，图表能清晰地表达复杂的想法。

曲线图

一条曲线图（如图1），反映了数量随时间变化的趋势——如销售额、股票价格、燃料消耗等的增长或者下降。通常情况下，横轴代表时间（年、月、日），而纵轴则表示数量（成本、卖出的产品量）。每时间段的数量构成一个“数据点”。将各点连接起来，这些点就组成了一条可以反映发展趋势的曲线。

设计要点

从零点开始画横轴：如果没有必要标出全部增量的话，只需标出各段的分割点即可。

避免失真：使用全部能用的数据（不要遗漏）。保证横轴和纵轴能在比例和大小上基本保持一致。

确定各轴单位：标明各轴点的度量单位（年、货币单位），并且使用一致的增量。如果可能的话，以水平方向打印文字。

线条粗细不同：数据线条要醒目清晰，轴线相对变浅，其他背景线条则更浅。

使用颜色或者图案：以区别多种曲线条。

如有需要，可以做图例说明。

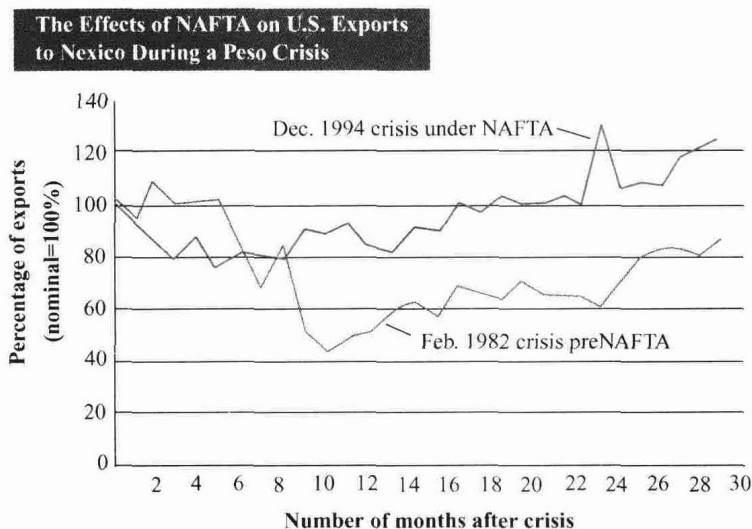


图 1

条形图

一个条形图可以通过一系列横条或者竖条来比较数量的多少。每个条块的高度或者长度都代表在某个时间段或者某个地点的数量大小。此外，不同的设计还能传递出不同的信息。

■ 单条图：显示一个事物在不同情况下的数量差异（见图2）。

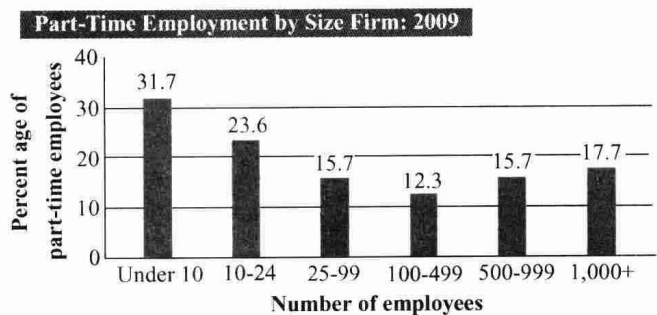


图 2

■ 多条图：几组条形图可以让读者（1）能比较组内的数量差异；（2）能比较各组之间的差异（见图 3）。

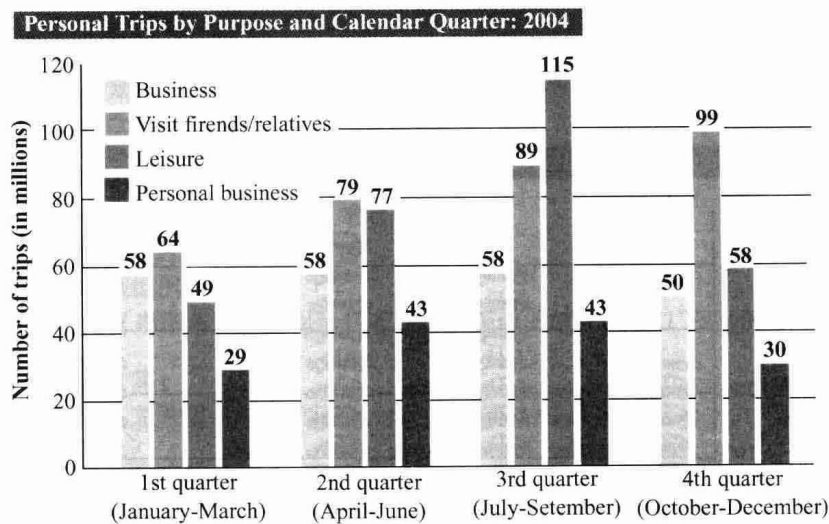


图 3

■ 方格条：将一个条图分成若干独立的部分以显示各部分和整体的关系（见图 4）。

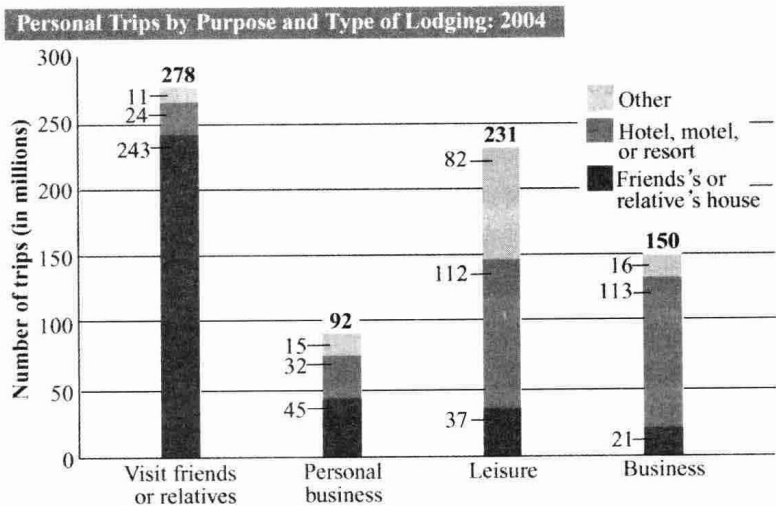


图 4

- 双条图：显示零线上下两部分的数量（见图 5）。

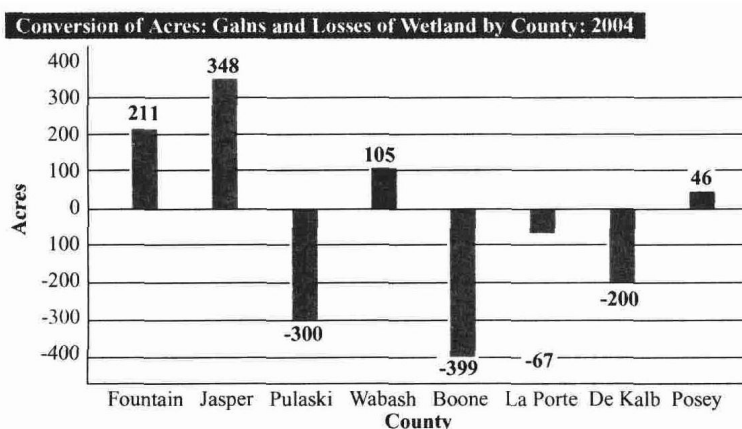


图 5

- 象形图：用代表该事物的图片做条形图（如图 6 中用罗列的汽车图片代表汽车的销售量）。

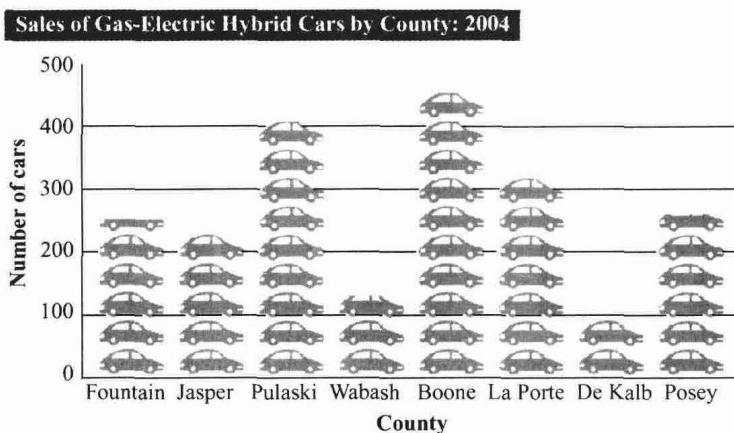


图 6

设计要点

条形图设计要准确且能提供信息。

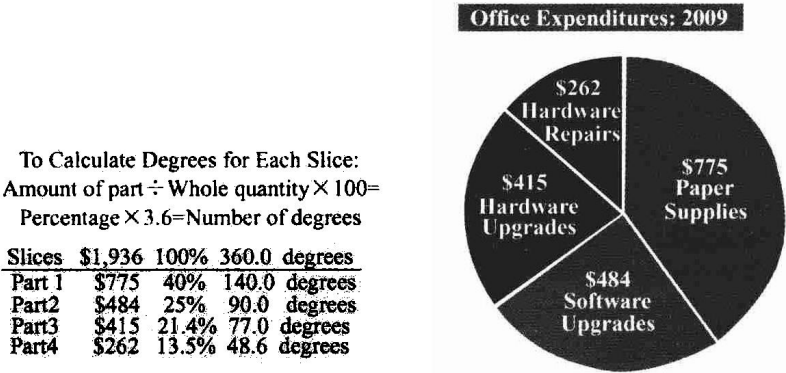
- 选择比例时既不能夸大也不能弱化各条块之间的区别。
- 保持一致的条块宽度和条与条的间距。
- 使用二维条块；三维条块不宜辨别各条块之间的区别和数量。
- 对于象形条块，采用图像罗列的方式表示条块，而不要用拉大一个图像的办法。单纯拉大一个图像容易扭曲各条块的差别。

条形图的设计要便于阅读。

- 清楚表明条形块和各轴点的单位，如果需要可配以图例说明。
- 如有条件允许，要以水平方向打印文字和数字。
- 在多条图和方格条中，将一组条形图的数量或者一条块的格数控制在 5 个单位以内。
- 使用图案或者颜色来辨别同组中的条块或者同一条块的格数。
- 按逻辑顺序安排同组条形图或者一个方格条中的单位。

饼图

饼图是将一个整圆分成若干扇形（见图例），以显示各部分和整体的关系以及各部分彼此之间的关系。使用饼图可以表示各数量比例，展现全局，并增加视觉冲击。



设计要点

设计简洁：将圆分成六个或者更少数量的扇形。如有必要，也可以将若干小扇形合并成一个较大单位的扇形，并且可以用文字标注所代表的含义。

设计清晰明确：避免歧义和曲解。

- 使用大小合适的圆做饼图，避免三维效果。
- 用阴影、图形或者颜色区分各个扇形。
- 如有必要可以做图例说明。
- 准确测量数据（扇形角度）以保证精确度。使用绘图软件或者以下公式。

各个扇形的角度计算：

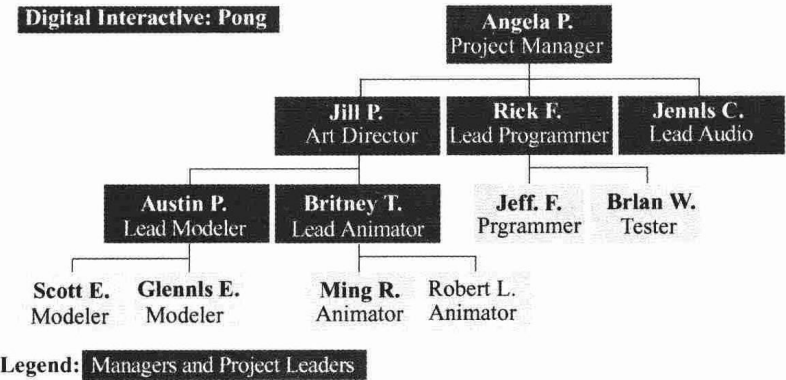
扇形部分的数量 ÷ 总数量 × 100 = 百分比 × 3.6 = 扇形的角度

结构图

图表可以显示数据之间的关系。结构图则可以体现各个部分、各个步骤以及各个阶段之间的关系。使用结构图可以描绘空间上或者时间段上的要素。

组织结构图

一个组织结构图勾画出一个公司、各部门以及各小组的结构关系。每个方框代表一个单元，而线条则勾勒出各单元的关系。这样的结构图能体现很多细节：整体的框架结构、重要任务、职位、单位、功能、职责、权威以及该公司的沟通渠道。



设计要点

从上到下的结构顺序：将最高权威的职位和人放在最顶部，然后依次按级别放置其他职位和人物。

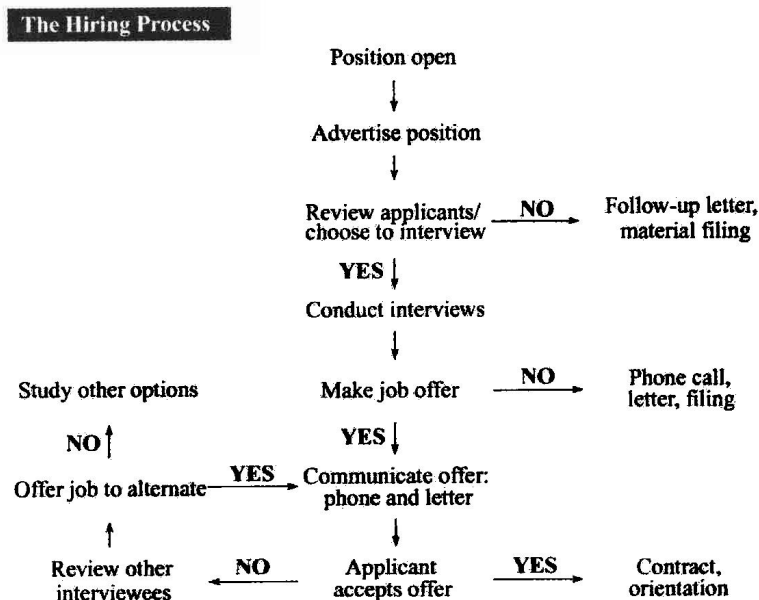
提供适度的细节：确认读者是否想对公司概貌有所了解，是否要从图中了解全部职位，或者员工的姓名。

保证准确性：对于非等级性的组织，或者依靠团队的组织，可以发挥创造力设计结构图。

保证清晰性：用方框代表职位、人和单位。均匀放置这些方框，保证合适的尺寸，并在方框里填入准确的信息。实线连接表示直接的汇报关系，虚线连接表示间接关系（如沟通或者协调）。

流程图

流程图通过使用框架、线条和图案表示一个过程的各个环节（见图例）。在你的文件里，流程图可以勾勒一个程序，阐明一个解决办法，或者解释制造一个产品所需要的若干步骤。



设计要点

确立绘图方向：设计流程图可以从上到下绘图，也可以从左到右绘图，选择最有利于读者阅读和最适用文件说明的方法。

重点为宏观设计：流程图要简洁明了地体现整个流程。在文字框或者次级图中体现细节。

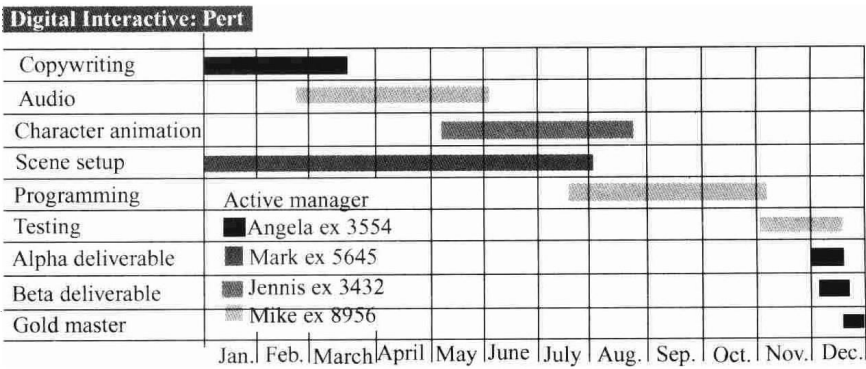
努力使设计清晰简明：

- 用各种框架表示不同的活动。用椭圆形或者圆形的框架作为开始或者结束点，长方形框代表行动，钻石形框代表决定。
- 如有必要可以制作图例说明。
- 用词组表明各个框架的内容。
- 用线条和箭头表示过程的发展。

甘特进度图

甘特进度图可以将项目的全貌呈现给读者：让读者了解哪些项目是必须完成的，每个项目应该什么时候开始、什么时候结束。（见图例）

- 它能让人一眼就看出既定的活动规划。
- 它能清楚地反映各个活动之间的联系。
- 通过给出各个活动的时间框架，帮助读者更好地管理一个项目中的众多活动。



设计要点

建立两个轴线。在纵轴上列出几项主要的活动，将最先开始的工作放在首位，然后按照时间顺序罗列其他活动。在横轴上列出时间单元（日、周、月、年），包括日期。确保时间段的增幅是精确而连贯的。

使用条形图来表示活动开始和结束的时间段。为了让图表保持整洁有序，只需要显示几项主要的活动，可以在其他部分详述细节。用点、三角形或者其他标志来表示重要事件。如有必要，可以提供图例说明。

可视图

地图、照片和图画可以展示地点、物品和人物的具体形象。通过强调某些细节，这些图像能够帮助读者理解某些想法或者将概念可视化。

地图

地图蕴含着许多地理方面的信息（通常指的是地球表面的信息），能够为读者呈现很多有用的细节：如通信数据、距离、方向、地区、野外或城市的特点、市场划分等等。（见图例）

