

高等学校商务英语系列规划教材



现代商务 英语写作

CONTEMPORARY

主编 安秀梅

BUSINESS ENGLISH
WRITING

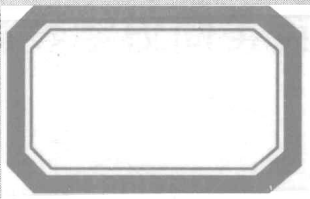


清华大学出版社
<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>



北京交通大学出版社
<http://press.bjtu.edu.cn>

《高



语系列规划教材

现代商务英语写作

Contemporary Business English Writing

主 编 安秀梅

副主编 李 丽 宇文刚 吴永红

杨永芳 靳红玉 魏文春



清华大学出版社

北京交通大学出版社

· 北 京 ·

内 容 简 介

本书介绍了有关商务英语写作的基础知识及业务信函（包括查询信、复查询信、合同、销售信、订购信、催款信、付款信、包装与运输、投诉信及回复）、办公文书（包括电子邮件和传真、会议记录、通知、备忘录、商务报告）和社交信函（包括求职信和简历、推荐信、邀请函、致谢函、欢迎词和欢送词、祝贺信）三大类的商务英语写作的文体，并对各种商务英语写作的文体设计了相关的模拟实训项目。本书每一单元后均附有相应的练习题供学生巩固所学的知识及实训之用。

本书适用于以应用型人才为培养目标的高等院校（如独立学院、高等职业院校、高等专科院校、成人及网络教育）商务英语、国际贸易、国际商务及文秘英语专业的学生，同时也可供企事业单位的相关工作人员作为参考资料使用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目（CIP）数据

现代商务英语写作 / 安秀梅主编. — 北京：清华大学出版社；北京交通大学出版社，2012.5

ISBN 978-7-5121-0984-1

I. ① 现… II. ① 安… III. ① 商务-英语-写作 IV. ① H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2012）第 091974 号

责任编辑：张利军 特邀编辑：易 娜

出版发行：清华大学出版社 邮编：100084 电话：010-62776969

北京交通大学出版社 邮编：100044 电话：010-51686414

印刷者：北京瑞达方舟印务有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：185×260 印张：18 字数：584 千字

版 次：2012 年 6 月第 1 版 2012 年 6 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5121-0984-1/H·264

印 数：1~4 000 册 定价：32.00 元

本书如有质量问题，请向北京交通大学出版社质监局反映。对您的意见和批评，我们表示欢迎和感谢。

投诉电话：010-51686043, 51686008；传真：010-62225406；E-mail: press@bjtu.edu.cn。

前言 *Preface*

根据当前大众化高等教育阶段的实际情况,以“素质、知识、能力”同步培养为目标,以就业为导向,基于探究型课堂教学模式及任务驱动型教学方法,我们组织编写了《现代商务英语写作》一书。本书坚持“理论实训一体化”的构思,强调学生分析问题、解决问题能力的培养,强化实践教学的作用。全书每个单元以“设问”—“案例分析”—“模拟实训”—“功能句及其应用技巧”的编写体例来组织教学内容,首先介绍了有关商务英语写作的基础知识,接着重点介绍了业务信函(包括查询信、复查询信、合同、销售信、订购信、催款信、付款信、包装与运输、投诉信及回复)、办公文书(包括电子邮件和传真、会议记录、通知、备忘录、商务报告)和社交信函(包括求职信和简历、推荐信、邀请函、致谢函、欢迎词和欢送词、祝贺信)三大类的商务英语写作的文体,并对各种商务英语写作的文体设计了相关的模拟实训项目。全书每一单元分为理论教学和模拟实训项目两部分,其中理论教学部分包括各类商务英语文体的语言特点、语言风格、常用语言表达及若干实例分析;模拟实训部分设置若干商务情景,教会学生如何应对实际工作中可能遇到的各种问题。此外,每一单元后均附有相应的练习题供学生巩固所学的知识 and 实训之用。

本书内容翔实丰富,突出实践教学,是一本集知识学习、业务体验、技能训练于一体的符合现代社会发展需求的非常实用的商务英语写作教材。本书适用于以应用型人才为培养目标的高等院校(如独立学院、高等职业院校、高等专科学校、成人及网络教育)商务英语、国际贸易、国际商务及文秘英语专业的学生,同时也可供企事业单位的相关工作人员作为参考资料使用。

本书由安秀梅担任主编,负责全书大纲的编写及统稿工作。全书各单元的具体编写分工为:Unit 1、Unit 15 和 Unit 20 由安秀梅负责编写,Unit 2、Unit 9 和 Unit 14 由杨永芳负责编写,Unit 6 和 Unit 7 由宇文刚负责编写,Unit 3 由吴永红负责编写,Unit 4、Unit 5、Unit 17、Unit 18 和 Unit 19 由李丽负责编写,Unit 8 和 Unit 16 由魏文春负责编写,Unit 10、Unit 11、Unit 12 和 Unit 13 由靳红玉负责编写。

本书在编写过程中参考了相关的文献,在此向相关作者表示衷心的感谢。

由于编写时间仓促及编者水平有限,书中不妥之处在所难免,敬请广大读者批评指正。

编者
2012年6月

目录 *Contents*

Part 1 Introduction to Business English Writing 商务英语写作概述	
Unit 1 Basics for Business English Writing	2
Part 2 Business Letters 业务信函	
Unit 2 Enquiries and Replies to Enquiries	22
Unit 3 Contracts	48
Unit 4 Sales Letters	58
Unit 5 Orders	71
Unit 6 Payment Demands	82
Unit 7 Payment	91
Unit 8 Packing and Transportation	99
Unit 9 Complaints and Replies to Complaints	110
Part 3 Office Documents 办公文书	
Unit 10 E-mail and Fax	140
Unit 11 Minutes	153
Unit 12 Notices	168
Unit 13 Memos	175
Unit 14 Business Reports	185
Part 4 Social Correspondence 社交信函	
Unit 15 Job Application and Resume	206
Unit 16 Letters of Recommendation	229
Unit 17 Letters of Invitation	240
Unit 18 Letters of Thanks	249
Unit 19 Welcome Speeches and Send-off Speeches	257
Unit 20 Letters of Congratulation	274
References 参考文献	283

Part 1

Introduction to Business English Writing 商务英语写作概述

Basics for Business English Writing



1.1 Style of Business English Writing

(商务英语写作的文体风格)

商务英语是专门用途英语 (ESP) 的一个分支, 是商务共同体成员在从事国际商务活动时所采用的英语语言变体的总称; 它并不是一种特别的语言, 而只是英语在商务语境中的运用。商务英语就其语言本质而言, 其语言基础建立在普通 (通用) 英语基础之上, 并在商务领域内经常使用中产生的反映这一领域专业活动内容 (包括商务背景知识和商务交际技能) 的英语词汇、句型、文体等的有机总和, 它属于特殊用途英语。

由于商务英语是商务知识和英语知识的综合, 因而其语言有着鲜明的行业性特点和独特的语言风格。商务英语写作涉及商务业务知识、惯例和做法、语言修辞等诸多方面, 特别是商务英语信函写作与一般英语写作是有差别的, 主要体现在措辞、句型、修饰手段、语篇结构等语言体式上, 因而也有其区别于一般英语写作的写作原则。

商务英语文书较为正式严谨, 应遵循“5C原则” (The Five Principles), 即: Clarity (清楚)、Correctness (确切)、Conciseness (简明)、Consideration (体贴)、Courtesy (礼貌)。

1. Clarity (清楚)

商务写作要重点突出、层次分明并富有逻辑性。选词要明确具体, 应给出具体的数据和事例, 避免使用不确切或含糊的词。例如, 请对方供货时, 不要用“大量”、“很多”一类的词语, 应给出具体数目或数量。同样, 报价不能笼统地说“市场价格”或“合理价格”, 应用数字具体说明价格是多少, 用何种货币, 如何结算, 是否有各种附加费用等。答复对方的来信时, 最好说明该封来信的日期、内容、编号, 不要笼统地说“来信收悉”或“收到来信”等, 因为来信可能不止一封。总之, 表达一定要让对方清楚明白。

2. Correctness (确切)

商务写作可以作为合作双方权利和义务的书面凭证, 准确无误是其最重要的原则。恰当语言风格的选择、精确的措辞及标点符号、拼写和语法的正确使用对于准确传递信息来说都是必须做到的。用词不当或不准确, 常常会使对方产生误解, 甚至导致一方经济损失。除了恰当地使用商务术语外, 商务文书中提到的时间、地点、品质、颜色、尺寸等都必须认真核实, 发票、提单和信用证等的号码及单价、总价的金额数字也一定要准确无误。

3. Conciseness (简明)

商务写作中商务信函占很大的篇幅, 商务书信是为开展某项商业业务而写的, 具有明显的目标。信文内容应紧紧围绕这一具体目标展开, 不要涉及无关紧要的事情, 以免冲淡主题;

也不必像书写私人信函那样，写入问候、寒暄一类的词语。向对方提出的问题要明确，回答对方的询问也要做到有针对性，不能答非所问，更不能故意绕弯子，回避要害。鉴于商务信函往来涉及经济利益和经济责任，所谈事项必须观点明确。例如，答复对方订货要求时，必须将所供应商品的规格、性能、供货日期、价格与折扣条件、交货方式、经济责任等相关内容，尽可能详细地说明，切忌含混不清，以免日后纠纷。简单明了的商务文书能有效地节省写信人和收信人双方的时间，提高工作效率。在保证信息完整、准确而又不失礼貌的前提下，要尽量避免使用老式过时、拖沓冗长、可有可无的表达。

4. Consideration (体贴)

体贴主要是指在商务书信中，写信者要设身处地地为对方着想，尊重对方的利益，并考虑对方的风俗习惯，即根据不同商务文书或场合尽量采用“*You-Attitude*”（“对方态度”或“以您为先”），尽可能避免“*I-Attitude*”或“*We-Attitude*”（“我方态度”或“以我为中心”）。换言之，如果同样能达到交流的目的，即使是传递负面消息，也应站在正面的立场上尽量使用积极的方式或语气来表达；避免用直截了当说明的方式（*Direct Order*），最好用间接或委婉的语气来表达（*Indirect Order*）。另外，还应该考虑到收信者的文化程度、性别等方面的因素。例如，应尽量避免使用下列表达。

I have noticed that ...

I regret to inform you that ...

You failed to ...

It has come to my attention that ...

I am writing to let you know that ...

I must let you understand that ...

I shall be able to ...

5. Courtesy (礼貌)

谦恭有礼不是仅仅说几句客套话，而是要尊重对方，讲究文明礼貌，以理服人。例如，收到对方来函，应尽快给予回复，拖延回信的做法是不礼貌的，甚至会给对方造成经济损失。有效的商务沟通是建立在平等、信任和尊重的基础之上的。所以，在商务写作中，语言要简单、自然、热情、真诚且有礼貌，能够真实得体、客观公正。



1.2 Tone of Business English Writing

(商务英语写作的语气)

商务英语写作中，正确地使用语法、拼写和标点符号是非常重要的。但是除了遣词造句外，更重要的是根据接受信息的对象来选择恰当的文字表达方式和语气，要从收件人的角度设想他们将会接受什么样的行文语气，更要考虑到收件人的需要、愿望、兴趣和问题等，这样才能确定最佳的应对方法或方式，达到交流的目的。

所以，要想保证沟通的顺畅、达到交流的目的，必须使用恰当的语气。文书中的语气反

映着对整个商务事件的关注程度、对于开展合作的诚意及对工作认真负责的态度。无论是开展业务、投标项目，还是在催要欠款、投诉的文书写作中，都要本着解决问题的原则，有力有礼有节地采用合适的语气，既不能盛气凌人、缺乏灵活，也不能恶语相伤、刻薄无理。例如：

Poor Writing	Good Writing
Your computer's guarantee is up, so you must pay for it to be fixed.	Your computer's guarantee has ended, so unfortunately you have to bear the cost of any repairs.
This problem would not have happened if you had operated it properly.	The problem may not have happened by following the directions in the handbook.
We cannot do anything about your problem.	Unfortunately, we are unable to help you on this occasion.
I am writing to let you know I was most unhappy with your service I received in your store today.	I am writing to complain about your service because I was unhappy with the way I was treated in your store today.
...	...

不同的语气表达出不同的信息，既可以是咄咄逼人，也可以是彬彬有礼。不恰当的语气会导致交流的不快和失败，甚至是事与愿违。所以，根据实际交流的需要来选择和把握好语气的使用至关重要。

好消息或正面消息可直截了当地点明主题，但传递坏消息或负面消息时，则一定要语气委婉，尽量避免开门见山直接表明。试比较以下两个例子。

Sample A

Dear Mr. Parkinson

We are shipping today the 10 bolts of CA-65 watered-silk that you ordered last month and they are expected to reach you no later than 15 September.

We feel confident that you will be pleased with the material because our newly-set process makes it definitely unshrinkable.

Enclosed please find several swathes of the same material in other colors which show you the broad variety that we have available. In the meantime, if you have any special needs, please let me know, and I will give your inquiry my personal attention.

Sincerely yours

(Signature)

William White
Sales Manager

Sample B

Dear Mr. Zhang

Thank you for sending us your reservation request. We appreciate your interest in our quality hotel accommodation.

Early reservations for two large convention groups have left us with no free rooms for the week of March 15. However, we will be happy to arrange an accommodation for you at the Golden Dragon Hotel, a fine hotel, which is directly across the street from us. May we reserve two single rooms for you at that hotel? For fast service, please use our Fax number: 86-11-52220001. Our machine will take your message at 24-hour service.

Enclosed is a copy of our newest brochure showing some modified rules in reservation. We are sure that it would help you make your best choice in future. By staying at our hotel you will continue to obtain top quality accommodation and the most convenient commercial service.

We are looking forward to your visit to Beijing.

Sincerely yours

(Signature)

Li Ping

所以，即使是在传递一个负面的信息，也要避免使用消极词语，诸如“**We don't**”、“**I refuse**”、“**You cannot**”、“**Your loss is**”、“**It is impossible that ...**”、“**I am not prepared to**”这样的词语。应尽量站在正面的立场上并以积极的、委婉的、乐观的、更具建设性的方式来传递信息，即最好用委婉（**Indirect Order**）的语气来表达，也可以通过表示愿意提供帮助来弱化坏消息带来的消极影响。例如，可以这样来表达：

If you need any further information, please do not hesitate to contact me.

If there is anything I can do for you, please do not hesitate to let me know.

为了交流合作的顺利进行，即使责任不在本人，也切忌指责对方。因此，以下表达法在商务写作中要尽量避免使用：

You failed to ...

We must insist ...

You should not expect to ...

Your refusal to co-operate ...

You have ignored ...

This is not our fault ...

简言之，如果同样的意思通过积极的（positive）和消极的（negative）表达方式都能达到交流目的，就尽量选择使用积极的表达方式。例如：

Negative	Positive
We cannot supply in packs of less than 20.	To keep the packaging costs down and help our customers save on postage costs, we supply in packs of 20 or more.
We apologize for this mistake.	We appreciate your bringing this matter to our attention.
There can be no exceptions to this policy.	This policy must apply equally and fairly to every customer.
We are withholding your shipment until we receive the payment.	We will deliver your order to you as soon as the payment is received.
We cannot release the names of our clients.	Releasing the names of our clients would violate their privacy.
You will not qualify for our discount rate until your order exceeds \$500 per month.	You will qualify for our discount rate as long as your order exceeds \$500 per month.
We cannot devote much time to your visit as the May Sales figures are being compiled and we are very busy.	We shall devote as much time to your visit as our hectic schedule permits.
It is not our fault if you do not check whether the leather bags are satisfactory on delivery.	I am afraid that customers are expected to check that the goods are satisfactory on delivery.

商务合作是在平等互利的基础上开展的，这一原则也要贯彻到商务写作中，居高临下的语气是大忌，而且往往会带来严重的后果。请比较：

Poor Writing	Good Writing
Call me at ...	Please call me at ... anytime you like in weekdays.
We shall allow you to ...	We shall be glad to have you ...
In an establishment as large as ours, we seldom ...	Please notice that it is not our common practice to ...
You failed to send your order to us before the new prices were introduced.	Unfortunately, we did not receive your order before the new prices were introduced.



1.3 Components and Layout of Business Letters

（商务信函的构成要素及格式）

英文商务信函是商务活动中一种常用的商业交流媒介。它是一种通过计算机或打印机“书写”来完成的人际交往。实际上商务信函是一种“推销”函，写信人总是在推销或宣传着

什么，可能是一种产品、一种服务、一个观念，甚至是树立自己所在企业或机构的形象等。好的商务信函就像是在与读者交谈。这种交谈成功与否，目的能否实现，关键取决于信函中信息的表达方式和内容。

要写好商务信函并非轻而易举，不仅应具备相关的业务知识，掌握好法规和条款等，还应具备扎实的语言基础，熟悉信函的书写形式和行文要求。

商务信函与普通作文的写法不同，它要求用简洁的语言来表达，不求华丽的词语。在商业活动中，时间就是金钱，效率就是生命。因此，简洁的表达语言与掌握分寸是最重要的。一般不需要礼节性的寒暄，最好是开门见山，直入主题。好的商务信函应体现以下几个特点：易读易懂；语气真诚、友好、客气；语言简朴、朴实、自然或生动、有趣、有吸引力；内容清晰、准确、具体；行文正确、完整、不花哨。

这种书信的格式和写作要求比较严格，要特别慎重对待。最好使用公司的信纸来打印商业信函。好的商务信函的写作必须做到结构和格式正确、行文段落清晰、文字简洁并谦逊有礼。需要注意的是，时下商务信函的流行趋势行文不必过于正式，但务必简洁明了，也可以使用一些约定俗成的英文缩写。

1. Components of Business Letters (商务信函的构成要素)

商务信函的构成大体上可分为两部分：必要部分和附加部分。必要部分是指在一般情况下不可缺少的部分；附加部分是指根据具体对象、情况、内容的实际需要而增加的部分，这些部分可视情况而定，不是必须都有。

序号	商务信函的构成要素	备注
1	信头 (Letterhead/Heading)	必要部分
2	参考编号 (Serial Number/Reference Number)	
3	发信日期 (Date)	必要部分
4	信内收信人地址 (Inside Address)	必要部分
5	指定收信人姓名 (Attention Line)	
6	称呼 (Salutation)	必要部分
7	主题栏/事由 (Subject Line)	
8	正文 (Letter Body)	必要部分
9	客套结束语/结尾敬语 (Complimentary Close)	必要部分
10	签名/署名 (Signature)	必要部分
11	附件注明 (Enclosure Notation/Enc)	
12	复本注明/抄送 (Carbon Copy/CC)	
13	附笔 (Postscript/PS)	

1) Letterhead/Heading (信头)

信头又称信端，指印刷在公司信纸上的文字，一般位于信纸的上方正中，但也可在右上角或左上角。信头一般包括公司的地址 (Writer's Address)、邮政编码、电话、传真号码及电子邮件、网址等内容。信头的设计要美观、简洁。正式信函只在第一页信纸上打印信头，其他续页可用空白信纸，只需写上页码、收信人名称及日期即可。公司业务信函用纸一般印有

信头，不必另外再写。

2) Serial Number/Reference Number (参考编号)

为了存档的需要，有时可能用到文档号、保单、发票或订单号的索引栏。这一部分是为了明确责任，便于信函管理，以便发信者或收信者日后取阅参考。参考编号是收信人和打字员姓名的第一个字母（大小写均可），档案或部门编号也可以包括在内，例如 EH/sr、EH/SR、EH/SR168 等。

3) Date (发信日期)

日期不可省略或漏写，一般应打印在信头或寄信人地址下方适当的位置。在正式信函中，月份最好不要使用缩写，也不可用数字来代替，必须完整地写出来。如全部使用数字表示日期，容易引起误解。日期有两种写法：英式为“25 April, 2010”，美式为“April 25, 2010”。在非正式信函中，月份可以缩写。

4) Inside Address (信内收信人地址)

写信内地址既便于避免差错，又便于收件人归档。信内地址通常位于信纸的左上角（日期下方），包括收信人的姓名、职位、公司名称和地址（有时也会注明邮政编码）。由于不同国家书写地址的习惯不同，收件人的地址应按照对方公司信纸中的信头书写，切勿擅自更改或编写。特别投递信函的方式也应在信内地址之上注明。根据需要，可以在地址的上方写明这封信函的特殊性，比如 SPECIAL DELIVERY（邮件快递）、CERTIFIED MAIL（保证邮件）、AIRMAIL（航空邮件），或 PERSONAL（私人信函）、CONFIDENTIAL（机密信函）等。书写信内地址的一般顺序为：

Name of the addressed person (收件人姓名)

Title of the addressed person (收信人职位、头衔)

Name of the organization (单位名称)

Street number and name (门牌号码、街道名称)

City, state and postal code (城市、州/省、邮编)

Country of destination (所达国家的名称)

例如：Professor Zhao Li

Business College of Shanxi University

Taiyuan, Shanxi, PRC 030031

5) Attention Line (指定收信人姓名)

“指定收信人”即“经办人”。这是发信人要求特定的人或部门注意时用的，表示“请某人查阅”。商务信函虽然是写给某公司或机构的，但具体事务得由某个部门或个人来负责，所以注明收信人可加快信函的办理。指定收信人姓名的写法如“Attention: Mr. Thomas Green”、“Attention: Mr. Thomas Green, Sales Manager”、“Attention: Personnel Manager”或“Attention of Personnel Manager”。

6) Salutation (称呼)

称呼是指写信人对收信人的称呼，其位置在信内地址下方两至三行处。

对收信人的称呼根据不同情况有所变化。

正式称谓：Dear Mr./Ms./Mrs./Miss + 姓氏，如“Dear Mrs. White”。但是切忌姓和名一起称呼。称呼女性时，最好用“Ms.”。

非正式称谓：如果是熟人，也可以相互直呼其名字，如“Dear Tom”。

如果发信人不知道收信人的具体名字或不必要写明时，可以称呼为“Dear Sir”、“Dear Madam”、“Dear Sir or Madam”、“Dear Human Resource Manager”。如果同时发送给多位收信人，也可以称呼“Ladies and Gentlemen”、“Dear Customer(s)”、“Dear Reader(s)”等。

7) Subject Line (主题栏/事由)

事由或主题栏的目的是便于收信人迅速了解信文的主要内容，有利于迅速处理信函，同时也便于存档或查阅。这部分可用大写、斜体、下划线。有些人在主题前加上“Re:”，意思是“关于”，即事由。例如：

Re: Your Order No. 568 for 60 Japanese Cars

8) Letter Body (正文)

正文是信函的主体，表达写信人的愿望、要求、目的等，是商务信函的重要部分，必须分好段落认真撰写（一个段落一个话题）。除推销函外，商务信函通常只有一页的长度。如果内容超过一页，就要使用续页。注意，第二页上的收信人姓名和发信日期必须和第一页上的一致。第二页至少要包括三至四行正文的内容，不要将段落的某一行留在上一页或下一页开始处，要尽量在新的一页开始新的段落。绝不可以单独使用续页书写结束敬语和署名，而且商务信函也绝不允许两面撰写。

9) Complimentary Close (客套结束语/结尾敬语)

结尾敬语相当于中文书信信末的“……敬上”等词。结尾敬语通常紧贴信文最后一两行处书写，可加逗号，但为了打字更加便捷，如今的商务信函常常省略逗号（宽式/开放式标点），但要和信件开头的称呼、地址等一致，均使用开放式标点。根据发信人和收信人的关系，常见结尾敬语有：

Best regards	Yours
With kind regards	Cordially
Cordially yours	Sincerely
Sincerely yours	Yours sincerely
Truly yours	Yours truly
Faithfully yours	Respectfully
Yours respectfully	Very respectfully

10) Signature (签名/署名)

所有商务信函的写信人都必须在结尾敬语下亲笔签名。在正式信函中，还要在手写签名之下打印上自己的签名及职位和头衔，如代表单位，可把公司或商号名称的首字母大写打印出来。这样能使对方感到重视此事，严肃认真，也能使人感到亲切，便于沟通。例如：

(Signature)

Richard Owen

Marketing Manager

The Eastern Trading Co.

(Signature)

Catherine Ostler

Coordinator, ESL Program

Capilano College

11) Enclosure Notation/Enc (附件注明)

与署名下方隔一行, 标明 Enc 或 Encs, 应附注表明有几个附件, 以便收件人查阅。例如:

Enclosure

Enclosures (2)

Enc a/s (As stated)

Enc One check (指附有一张支票)

Enclosures: (1) Invoices

(2) Pictures

12) Carbon Copy/CC (复本注明/抄送)

写信者如需要把此信抄送给有关单位或人, 同时也让收信者知道已抄送的单位或人, 可在信函最后的左下角(或右下角)注明 CC (Carbon Copy)、CC to 或 copy to 来表示, 后附副本收件人的姓名和头衔。多个副本收件人通常要按照姓氏字母排序, 例如“Copy to Mr. Wright, President”。

13) Postscript/PS (附笔)

“附笔”又称“再启”, 位于附件或抄送下一行处, 一般用 PS 开头, 来补充信写完后又想要补充的内容。附笔一定要用得合理, 一般情况下应尽量避免使用, 以免给人留下办事考虑不周的印象。写完之后的签名可从简, 用姓名的大写首字母表示即可。

2. Layout of Business Letters (商务信函的格式)

常见的商务书信的格式有: 缩进式 (Indented Style)、半齐头式 (Semi-block Style)、齐头式 (Block Style)、完全齐头式 (Complete/Full Block Style)、方齐头式 (Square-blocked Style)。其中, 完全齐头式的使用最为广泛和流行, 它的主要特点是整洁, 打印便捷。但是, 很难说那种正确或错误。以下是这几种格式的简化格式示例。

1) Indented Style (缩进式)

这种格式中, 信内地址逐行依次缩进 2~3 格, 每一段第一行通常都要缩进 4~5 格, 其他要素的位置与半齐头式的位置相同。日期、结尾敬语及签名都是位于偏右的位置。

Letterhead/Heading	
	Date
Inside Address	

Salutation	
Letter Body	

	Complimentary Close Signature

2) Semi-block Style (半齐头式)

这种格式与缩进式非常相似，唯一的区别是信内地址不需要缩进。

Letterhead/Heading	
	Date
Inside Address	

Salutation	
Letter Body	

	Complimentary Close Signature

3) Block Style (齐头式)

在这种格式中，除信头、日期、结尾敬语和签名部分外，其他部分每行开头都从左边界开始。每段首行不需要缩进。

Letterhead/Heading	
	Date
Inside Address	

Salutation	

Letter Body

Complimentary Close
Signature

4) Complete/Full Block Style (完全齐头式)

这种格式在美国很盛行，而且在欧洲，使用的人也越来越多。在完全齐头式中，所有的信行都从左边界开始。注意，整封信中均无行首缩格，包括日期、信内地址、称呼语、书信内容、结尾敬语及签名等，都是从左边的空白边缘打起。这种格式简单、易于打印，是商务信函中使用最频繁的一种格式。

这种格式常采用开放式标点符号 (Open Punctuation)，日期中月份与年份之间的逗号省略，信内地址每一行末都没有标点符号，称呼和结尾敬语后面的标点符号均省略。总而言之，除了信的正文必须使用的标点符号，以及表示缩略语的句号标点以外，不使用任何标点符号。

本书中的信函范例基本上全部使用完全齐头式，以及开放式标点。

Letterhead/Heading

Date

Inside Address

Salutation

Letter Body