

BUSINESS LETTERS

英语商用 信函写作



指南

王燕等——编译
山东人民出版社

#315-62
W48

英语商用信函 写作指南

BUSINESS LETTERS

王 燕等 编译

山东人民出版社

1995 年济南

编 译 者

王 燕	第一、二、三、四部分
赵月年	第五部分
于宏明	第六、七部分
尹建明	第八部分
刘 鸣	第九部分
侯勤雷	第十部分
张春光	第十一部分

鲁新登字01号

英语商用信函写作指南

王燕等编译

山东人民出版社出版发行

(社址: 济南经九路胜利大街39号 邮政编码: 250001)

新华书店经销 济南市中印刷五厂印刷

787×1092毫米 32开本 14.25印张 4插页 290千字

1994年12月第1版 1995年1月第1次印刷

印数1—7,000

ISBN7—209—01594—9

H·5 定价: 9.80元

前 言

随着我国对外经贸活动的扩大，越来越多的工商界人士都不时地面对着这样一个问题：用英文书写适用于各种商务活动情形的恰合时宜的信函。

近年来，英文书信写作的指导书已是屡见不鲜，但大部分指导书似乎是为工商界以外的人士写的，重点多在日常生活书信及其他社交信函，且侧重于书信写作的原则、规范和技巧。这些对于工商界人士来说似乎无济于事，他们在商务活动的许多情况下，特别是在以前从未遇到的情形下，仍然感到不知所措。他们需要看到一些实实在在的例子。这样做并不一定是想照抄，而是想借以引发自己的思路。

本书的目的就是为了帮助工商界朋友解决上述问题。我们翻阅了大量英、美国家的专家为工商界人士撰写的信函写作指导书，以及各种商务信函的范文，选择一些人们无论在工商界担任任何职、负责何事都要经常遇到的书信情形，以及在这些情形下写作的能使大多数人受益匪浅的例文，翻译编辑成书。读者可以从书中看到：

1. 各种商务活动的有关情形——索取资料、传送合同、联系销售、催收款项、公关活动等等。在各种情形下写信的

原因及写信人希望达到的目的。

2. 各种商务活动情形下书信写作的例文，并同时向读者分析此信的组织、风格、语调、内在的心理状况、存在的问题及应做的修改。

3. 各种情形下写作的信函的英汉对照文本。

为了使读者能够写好地道的、符合欧美国家风格的商用信函，避免汉语信函写作习惯、思维方式及语言风格等给读者带来的影响，本书的全部内容——从情形提示、信函例文、到信函分析、写信规则技巧等，都是从英文原版书籍中翻译后编辑而成。

尽管本书主要是一本工具性的参考书，我们仍然还是摘译了一些优秀信函写作的基本规则和技巧，并置于本书的第一部分。相信这些规则和技巧可以为读者以后完成快速有效的书信写作打下坚实的基础，帮助你在写信中增强信心，提高独立写作的能力。

提醒读者注意的是，不同的人不会用也不应用同一种方式对待同一书信。一封信的完成受多种因素的制约——写信人的身份、收信人的身份、收信人与写信人的关系、需要解决的问题、写信人要达到的目的等。正如存在多种书信问题一样，完成一件好的信函也有多种途径。本书的主要目的在于激发你去思考，在所给的例文和分析的基础上帮助你通过写信达到预期的目的。

编者

1994年10月

目 录

前言

第一部分 写信技巧	(1)
第一节 商业信函的优劣	(2)
如何判断一封好信	(3)
读信人与写信人的关系	(4)
第二节 用词简洁明了	(8)
语句混乱	(9)
重复	(13)
累赘与简练	(15)
第三节 语言生动简朴	(18)
编创新闻	(22)
时髦字眼	(24)
刻板的文字	(25)
第四节 书信亲切友好	(27)

格式信	(31)
严肃和亲切的信函	(32)
“我”与“您”商业信函	(41)
“我们”和“我”	(42)
第五节 语气积极肯定	(44)
强调你能做的事	(45)
避免使用消极否定语句	(49)
做份外之事	(51)
掌握好回信时间	(54)
第六节 格式规范无误	(57)
纸张质量	(57)
颜色	(57)
尺寸	(58)
笺头	(58)
信函格式	(60)
版心空白和布局	(69)
行间距	(69)
称呼	(69)
结尾谦称	(71)
普通无笺头稿纸写成的书信	(71)
提示线	(72)
事由线	(72)
签名	(73)

11—4	确认约会.....	(145)
11—5	确认电话内容.....	(146)
11—6	确认电报内容.....	(149)
第四部分 销售联系		(151)
第十二节 答复商情索函		(152)
12—1	提供生产厂家的名字.....	(153)
12—2	提供关于广告产品的详尽情况.....	(154)
12—3	提供产品适用范围情况.....	(157)
12—4	提供有关产品用途情况.....	(158)
12—5	答复对产品训练资料的查询.....	(160)
12—6	答复订货折扣查询.....	(162)
第十三节 销售信函		(164)
13—1	销售产品.....	(169)
13—2	要求订阅一种全国性刊物的推销信	(173)
13—3	以培训用户方式赢利.....	(180)
第十四节 销售、服务及促销联系		(184)
14—1	促进特殊销售.....	(184)
14—2	宣布接到第一批订货的订单.....	(187)
14—3	介绍一位新的推销员.....	(189)
14—4	邀请参加一个聚会.....	(191)
14—5	正式邀请参加一个特别展览.....	(193)
14—6	宣布新产品和新服务.....	(195)
14—7	宣布一个新地点.....	(197)
14—8	希望客户再次光顾.....	(199)

14—9	第二批订货	(200)
14—10	给前来参展者连续推销商品的信件	(203)
14—11	欢迎加入一个共同团体的新客人	(204)
14—12	招揽购物不积极的客户	(206)
第五部分 致客户的信		(209)
第十五节 感谢信和祝贺信		(210)
15—1	感谢客户礼貌对待推销员	(211)
15—2	感谢客户的付款和订货	(212)
15—3	感谢客户以往的支持	(214)
15—4	祝贺客户事业上的成功	(215)
15—5	感谢客户的工作分派	(216)
第十六节 对延误和差错表示歉意		(218)
16—1	运货延期	(219)
16—2	未预料到的售空缺货	(221)
16—3	运错货物	(223)
16—4	货物尺码错误	(225)
16—5	发票错误	(227)
第十七节 与客户对话消除误解		(228)
17—1	货物装错——客户首先负责	(229)
17—2	客户无权获得特殊折扣	(231)
17—3	未经许可运回货物	(233)
17—4	退回坏损货物并要求退款	(236)
17—5	未经许可使用服务人员	(238)

17—6	货物损坏——运货者应负责任	(240)
17—7	货物损坏——客户应负责任	(241)
17—8	提出补偿办法	(244)
第六部分 信用状和收款状		(247)
第十八节 信用状		(248)
18—1	申请商业赊欠	(249)
18—2	向赊购申请者索取资料	(252)
18—3	向申请者提供的证明人索取资料	(254)
18—4	接受申请者的商业赊欠要求	(256)
18—5	拒绝申请者的分期付款要求	(257)
18—6	拒绝要求商业赊购的申请者	(259)
第十九节 收款状		(260)
19—1	每月财务报表后第一次催单	(262)
19—2	第二次催单	(263)
19—3	第三次催单	(264)
19—4	第四次催单——电话	(265)
19—5	第五次催单——电报	(266)
19—6	第六次催单——个人信函	(266)
19—7	第七次催单——最后致函	(268)
第七部分 致供货人的信		(270)
第二十节 信函方式订货		(271)
20—1	现金订货	(271)
20—2	货到付款	(273)
20—3	信用卡订货	(275)

第二十一节 就出现的问题致供货人的信	(277)
21—1 低质量履行供货合同	(277)
21—2 低质量履行服务合同	(280)
21—3 收到不可接受的替代品	(284)
21—4 收到不令人满意的货物	(286)
21—5 货物发票有误	(289)
21—6 对供货人的推销员不满	(291)
第二十二节 致供货人的感谢信	(293)
22—1 表扬供货人的推销员	(294)
22—2 感谢供货人的服务与支持	(296)
第八部分 公共关系及个人信函	(299)
第二十三节 普通公共关系信函	(300)
23—1 解决特殊需求	(301)
23—2 拒绝购买广告	(302)
23—3 回复捐款要求	(305)
23—4 拒绝捐款要求	(306)
23—5 答复友好评论家	(308)
23—6 答复敌意评论家	(311)
23—7 拒绝提供机密材料	(313)
第二十四节 个人信函	(315)
24—1 答复符合条件但没有空缺的申请	(315)
24—2 答复不符合条件的申请	(317)
24—3 答复考试失败者	(318)
24—4 答复部分符合条件的申请	(320)

24—5	询问求职申请者的情况	(321)
24—6	向符合条件者提供工作职位	(324)
24—7	宣布重要任命——新闻稿	(328)
第九部分 职员关系信函		(332)
第二十五节 祝贺信和感谢信		(332)
25—1	向工作优秀的职员表示祝贺	(333)
25—2	向提出合理化建议的职员表示祝贺	(335)
25—3	向撰写优秀报告的职员表示祝贺	(337)
25—4	在年会上向职员表示祝贺	(339)
25—5	向加入二十五年工龄俱乐部的新成员 表示祝贺	(341)
25—6	向取得社团资格的职员表示祝贺	(342)
25—7	向上司的晋升表示祝贺	(343)
第二十六节 退休信函		(345)
26—1	向非常愉快的退休职员表示祝贺	(345)
26—2	向勉强退休的职员表示良好祝愿	(347)
26—3	给因健康原因退休的职员写信	(349)
第二十七节 慰问信		(351)
27—1	顶头上司和亲密朋友去世	(352)
27—2	以前同事的配偶去世	(354)
27—3	对重病者的慰问	(356)
第二十八节 介绍信		(358)
28—1	前职员完全合格的介绍信	(358)
28—2	前职员有不足的介绍信	(360)
第二十九节 对职员不利的介绍信和给职		

员的警告信	(363)
29—1 答复对前职员情况的询问——工作不 令人满意	(364)
29—2 对职员的警告信	(365)
29—3 信函方式解雇职员	(368)
第十部分 求职信和其他有关求职的 信函	(372)
第三十节 求职信函	(373)
简历	(373)
30—1 个人工作经历——中级管理职位 ...	(379)
30—2 个人工作经历——职业变动	(382)
30—3 个人工作经历——高级职位	(386)
30—4 个人工作经历——与申请工作联系很 少的资历	(389)
求职信	(393)
30—5 关于工作经历 30—1 的求职信	(393)
30—6 关于工作经历 30—2 的求职信	(396)
30—7 关于工作经历 30—3 的求职信	(399)
30—8 关于工作经历 30—4 的求职信	(402)
第三十一节 其它求职信函	(404)
给介绍人的信函	(404)
31—1 请求某人同意做介绍人	(405)
31—2 向介绍人致谢	(407)
复函	(408)
31—3 因时间相隔太久而复发信函	(408)

31—4 为附加材料寄去的复函	(409)
接受和拒绝新工作	(410)
31—5 接受新工作	(411)
31—6 拒绝新工作——有更好的机会	(413)
31—7 拒绝新工作——对职务不感兴趣 ...	(414)
辞职信	(416)
31—8 辞职信——不喜欢到处跑	(416)
31—9 辞职信——不利于个人发展	(418)
31—10 辞职信——错过晋升机会	(420)
31—11 辞职信——有更好的工作	(423)
31—12 辞职信——人际关系不睦	(425)
第十一部分 社交信函	(428)
第三十二节 正式邀请及答复	(428)
32—1 欢迎新校长的正式邀请	(429)
32—2 参加年度宴会的正式邀请	(430)
32—3 接受正式邀请	(431)
32—4 有条件地接受邀请	(432)
32—5 委婉拒绝正式邀请	(433)
第三十三节 非正式邀请及答复	(434)
33—1 要求赴宴的非正式邀请	(434)
33—2 接受非正式邀请	(436)
33—3 委婉拒绝非正式邀请	(438)
第三十四节 感谢信	(439)
34—1 感谢对己恩惠	(439)
34—2 感谢盛情款待	(441)

第一部分 写信技巧

几年来，人们经常喋喋不休地抱怨商业信函的成本昂贵。他们这样有充分的理由。想一想文具、邮费、写信人的时间、秘书的时间、超常开支以及诸如此类的因素，你就会被搞得晕头转向。每当有成本概念的经理一展开调查研究，通常就会有一场龙卷风般的削减书信开支的行动。一封信件平均只需 5 美元、10 美元甚至 15 美元寄出似乎不大可能，所以一旦达到其中一个数字，就需要做出此类决定：少写信！写短信！多用格式信件！等等。

坦率地说，我们承认许多公司的信件成本过于昂贵。个别人写的信确实太多，且写起来十分啰嗦累赘。而在许多情况下，格式信件不但可以节省开支，而且不会破坏机构的形象。

让我们现实一点。寄一封信花费的钱同写一封糟糕的信（或压根不写信）损失的钱相比是微不足道的。给一位极有价值的大主顾草草写一封短信也许会因它的经济实惠而取悦于核算成本的会计，但是有时却会导致减少甚至完全中断与这位客户的生意。如此以来，这就是一封代价昂贵而成本“低