

AMA

(美国管理协会)

纽约-亚特兰大-布鲁塞尔-布宜诺斯艾利斯-芝加哥-伦敦-墨西哥城-
圣弗兰西斯科-上海-东京-多伦多-华盛顿特区

美国管理协会 商业书信指南

(第三版)



The AMA Handbook of Business Letters

[美] 杰弗里L·斯格林 爱德华·科尔曼 著

鲁小波 陈晓颖 译

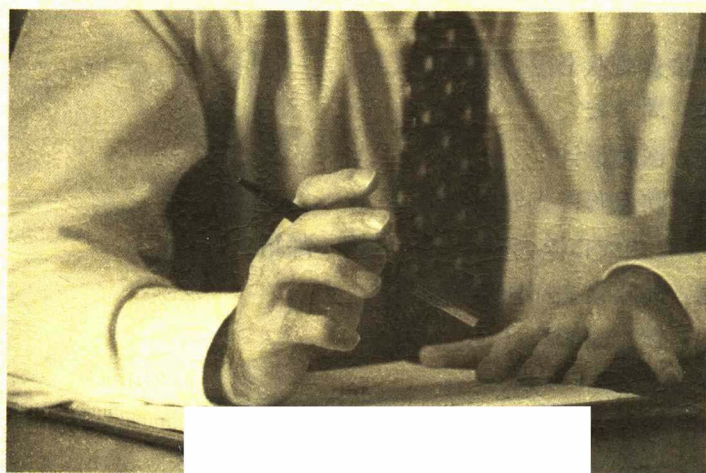
陕西师范大学出版社

AMA

(美国管理协会)

纽约-亚特兰大-布鲁塞尔-布宜诺斯艾利斯-芝加哥-伦敦-墨西哥城-
圣弗兰西斯科-上海-东京-多伦多-华盛顿特区

美国管理协会 商业书信指南 (第三版)



The AMA Handbook of Business Letters

[美] 杰弗里L·斯格林 爱德华·科尔曼 著

鲁小波 陈晓颖 译

陕西师范大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

美国管理协会商业书信指南 (第三版) / (美) 斯格林著; 陈晓颖译.
西安: 陕西师范大学出版社, 2007. 5
ISBN 978 - 7 - 5613 - 3694 - 6

I. 美... II. ①斯... ②陈... III. 商务—英语—信函—写作—范例 IV. H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 002092 号

图书代号: SK7N0039

美国管理协会商业书信指南 (第三版)

责任编辑: 周 宏

装帧设计: 回廊设计

出版发行: 陕西师范大学出版社

(西安市陕西师大 120 信箱 邮箱: 710062)

印 刷: 北京雷杰印刷有限公司

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 32.25

字 数: 310 千字

版 次: 2007 年 5 月第 1 版

印 次: 2007 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5613 - 3694 - 6

定 价: 80.00 元

第三版序言

第一版《美国管理协会商业书信指南》出版已经十三年了,在这十三年中,我们目睹了因特网的腾飞以及其作为通信手段而被人们广泛使用的全过程。每天数十亿封美国商业电子邮件在因特网上被传送。通过因特网这种直接的交流形式,我们可以很方便地和我们的同事、甚至世界各地的同行以及陌生人进行时事交流,当然因特网通信也对我们每个人每天信息收发的数量带来了巨大的影响。由于通讯方式出现了飞跃式发展,所以我们认为现在应该对 1996 年出版的第二版《美国管理协会商业书信指南》进行重新修订,从而使本书的内容能够反映近几年来商业环境在因特网冲击下的变化。

自 1989 年第一版出版以来,优秀书信的基本原则并没有变化。但是,现在又多了一些供我们选择的渠道来传递信息和获取对编写通信信息有用的帮助。我们已经完成了对本书内容的第三版修订。本次修订主要特色有以下三方面:第一,扩展模板书信种类范围;第二,对全部内容认真地修编和更新,使本书能够更好地反映当前的工作空间;第三,最新版中附有电子邮箱和因特网网站地址的《语法热线咨询地址目录》,能让读者及时获得关于英语语法以及写作书信有关问题的帮助。

AMA 公司的主编埃伦·卡蒂恩女士从一开始就极力推荐本书的第三版。AMA 公司的副主编克里斯蒂娜·麦克林女士提出编辑一本对读者有用并且可以被广泛流传版本的建议,而且还设计了书中 365 份以上范式信函的内容清单,这些对于新版本的修订起了极其重要的作用。AMA 公司的另一位副主编埃维卡·斯佩耳曼自始至终负责了本书修编过程中的管理工作。潮水公共学院写作中心的两位学者汤姆·威廉姆斯和帕特·理查森帮助我们收编了本版的《语法热线咨询地址目录》。本书新版的顺利修订也要感谢我们的代理商埃文·马歇尔所提供的大力支持。此外,我们还要感谢直接参与修编工作的人员,他们是南

希·塞格林、戴维·怀特姆耶、贝瑟尼·怀特姆耶、利萨·弗瑞曼和洛伦·加里。

爱德华·科尔曼是本书新版的合著者。在修编的过程中,他以一种全新的视角和精益求精的态度审视什么内容有用,什么内容需要修改,还需要添加哪些内容等问题。所以,本书在此次修订中的进步之处很大一部分功劳应该归功于爱德华先生。

同时也要感谢本书的读者,通过信件和电子邮件提出关于上一版中存在的问题以及对这次新版的建议和意见。为了能使未来的版本更加的有用,我们需要广大读者继续支持和帮助。如果你希望在以后的版本中看到你所喜欢书信的特色和样式,或者你对本书有新的看法或问题,请您跟我联系。我叫杰弗里 L·斯格林,是本书的作者,我的通信地址是:纽约市宽广路 1601 号 AMA 公司,邮编:10019。你也可以通过电子邮件和我联系,我的电子邮箱为:jseglin@post.harvard.edu。

杰弗里 L·斯格林

于马萨诸塞州的波士顿

2001 年 9 月

第二版序言

转眼之间第一版《美国管理协会商业书信指南》出版已经七年了。尽管在这段时间里社会的各方面都发生了很多的变化,但是书信的基本功能同以前一样重要。因此,我们认为现在应该对本书的内容进行一次更新,具体更新的内容包括:选取范围更加广泛的模板书信;添加最新版的《语法热线咨询地址目录》;补充能够反映当前工作环境的内容和体现科学技术在我们日常生活中发挥巨大作用的新信息。

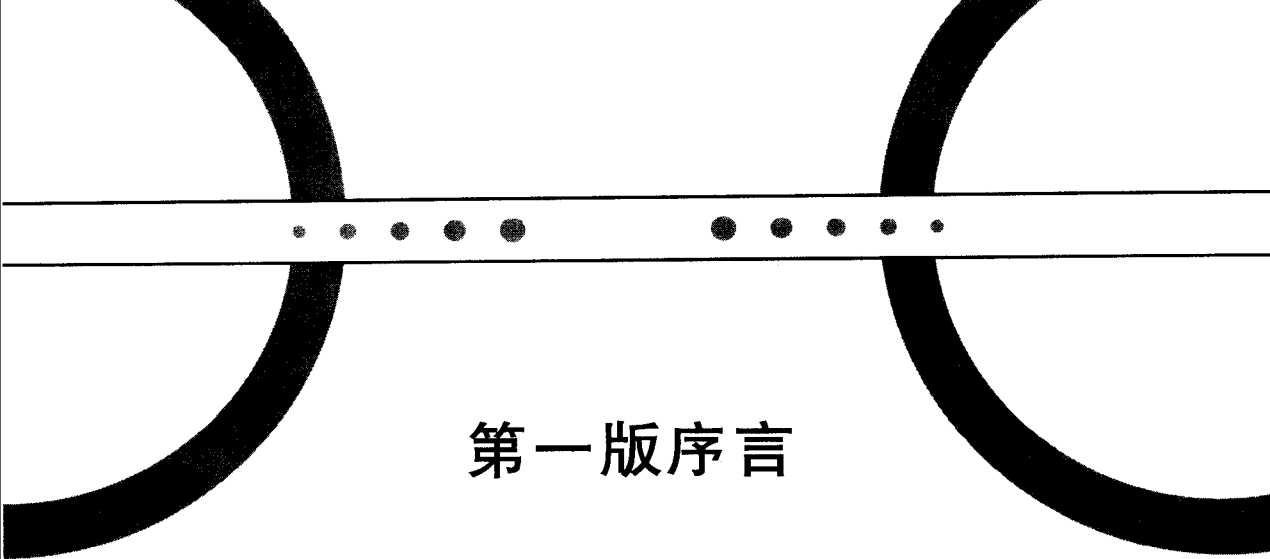
新版《美国管理协会商业书信指南》收编了 320 多封以最新的电子邮件和传真书信为素材的模板书信。在本书第二版的修订过程中,AMA 公司的玛丽·格伦、麦克·西维尔和罗伯特·格里芬参与了大量的工作,在此表示感谢。

我衷心地希望本书能对各位读者有所帮助。为了使本书变得更加实用,敬请各位读者踊跃向我们提出意见和建议。如果你希望在以后的版本中看到你所喜欢书信的特色和样式,或者你对本书有新的看法或问题,请您跟我联系。我叫杰弗里 L·斯格林,是本书的作者,我的通信地址是:纽约市宽广路 1601 号 AMA 公司,邮编:10019。你也可以通过电子邮件和我联系,我的电子邮箱为:jls@world.std.com。

杰弗里 L·斯格林

于马萨诸塞州的波士顿

1995 年 10 月



第一版序言

几年前,有位出版商要我写一本适用于银行家使用的商业书信方面的书。当时我对出版商的要求感到很疑惑,银行家们在经营过程中已经熟悉了对于各种对象的书信格式和言辞,为什么还要一本书给他们写作商业书信作指导呢?

我答应出版商写这样一本书。许多慷慨的银行家为我提供了有关他们商业书信的文件。看过这些书信之后,我震惊了,这些银行家连基本的写作技巧都没有掌握,更不用说书信写作技巧了。为写作本书提供帮助的银行家不停地说他们的书信是多么的缺乏写作技巧,可是我惊奇地发现这些信件还存在语法错误、用词不当、歧义语句和非标准的书信格式等问题。

几千封银行家们的商业书信复印件使我更加确信银行家们在热切地期待着一本书指导他们如何写作商业书信,同时我也确信银行家们的这种需求是不会消失的。

不仅是银行业,其他从事商业活动的专职人员也同样需要一本书来指导他们的书信写作。《美国管理协会商业书信指南》的出版就是为了满足这种需要。本书内容既包括帮助提高商业书信写作技巧的基础指导,又包含了 270 多封应用于日常商业通信往来的模板书信。《美国管理协会商业书信指南》不仅能指导你如何写出色的书信,而且也能帮助你提高写作能力。

本书关于语法、词语使用的第一部分主要是关于书信写作基本技巧的探讨。《美国管理协会商业书信指南》的第二部分是本书的重点,这部分收编了 270 多封模板商业书信,其中的绝大部分都是以当前实际商业活动中使用过的书信为基础编写而成的。这些被选编的模板书信涵盖范围广泛,主要是从事商业的专业人士在日常的商业活动中所要用到的书信类型。这些模板书信中所提到的人员、公司和商品的名字都是虚拟的,如有雷同,纯属巧合。第三部分内容的一个特点是提供了大量可以帮助读者提高写作技巧的咨询地址附录。这部分内容的

另一个特点是给出了标点使用提示、易错词语辨析和常用缩写表。《语法热线咨询地址目录》收录了美国范围内几十个可以回答有关语法问题的热线电话号码。这些热线电话号码对于试图通过亲自拜访专家来完成重要信件的人来说是一个既省时又省力的最佳选择。

本书能够顺利完成与许多友好商业人士的通力合作是分不开的。他们慷慨地提供了他们的商业书信文件供我们研究,可以说没有他们的大力支持就没有本书,在此对他们的帮助表示衷心的感谢。他们是:彭吉 R·布朗克勒、W·玛丽·格伦、利萨 T·格伦、贝尔 D·格伦、Dr·林德斯·哈伦、玛撒·朱厄特、琼·肯尼、吉姆·刘易斯、山姆·麦克尔伯格(山姆照相机商店的店主)、霍华德·帕拉、帕蒂·帕拉、路易斯 J·沃菲诺里、木工技术店主、马太·沃尼尔、莱斯特·斯格林、南希·斯格林、麦克·斯图克伦、贝蒂·科尔曼、约翰·沃格诺。

莉丝·弗里德曼女士是潮水公共学院(位于弗吉尼亚州的弗吉尼亚海滩市)写作与语法热线查询中心的主任。非常感谢她允许我们复印了她们中心每年重新汇编一次的《语法热线咨询地址目录》。

我的编辑,AMA 公司的艾德丽安·哈克女士为本书的出版付出了辛勤的劳动,她对本书的组织结构和收编书信提出了宝贵的建议。

我的代理商埃文·马歇尔一度是本书编写的强大后盾。他帮助我摆脱了为成百上千封信件所困扰的局面抽出时间完成本书。

本书的发行人,银行管理协会的罗伯特·伦琴是编写本书坚定的支持者。鲍勃最先提出编写一本适用于银行家的商业书信指南的想法,正是基于他的这一想法和他对编写本书的支持,才得以使我能够顺利地完成本书的编写。

杰弗里 L·斯格林
于马萨诸塞州的波士顿
1989 年 7 月

目 录

第三版序言	1
第二版序言	3
第一版序言	5

第一部 基础篇 1

接近本书	1
走进本书	2

第一章 设计书信	3
搜集相关实情	4
分析书信的主题和读信者	5
明确你的目的和实现途径	6

第二章 出色信件的成分	8
清晰语言与含糊语言	8
书信的语气	11
重点关注——“闪光点”	13
书信的长度	15

第三章 书信的结构	16
日期栏格式	16
参考栏	17
私人或机密标注	17
信内地址	18
特殊标注	20
称呼语	21
主题栏	22
书信的段落	22
书信的后续页	23
信尾客套语	24
署名格式	25

目 录

辨认栏	26
内附文件和附件标注	27
投递标注	27
附言	28

第四章 书信的外观 29

信纸	29
书信的格式	31
全版面格式	31
版面格式	33
半版面格式	34
简体格式	34
正式格式	37
悬挂格式	38
信封	40
便笺	40
传真	42
电子邮件	42
注释	45

第五章 语法 46

语法	46
代名词错误	47
代词与先行词	47
主谓一致	48
摇摆修饰	48
劈开不定式	49
平行结构	49
标点符号	49
字母大写	50
单词的拼写	50
专业术语	50
滥调陈词	51
多嘴	51

第六章 字处理 53

字处理软件	53
使用模板书信	54

第二部 书信篇

57

第七章 推销和业务关系书信 59

介绍情况的书信	59
推销书信	68

附带通知续缴费用的书信	87
通知产品展览会的书信	88
介绍商品目录的书信	89
咨询销售回复书信	92
商业会谈邀请信	93
表示感兴趣的书信	97
给难得一见的潜在顾客的书信	99
询问主管的书信	100
进一步确认预定的书信	101
后续书信	105
重新联系的书信	112
致新顾客的欢迎书信	113
请求推荐的书信	115
促销书信	116
致客户的节日慰问书信	117
商业伙伴关系周年答谢书信	118
公共关系书信	119

第八章 客户服务书信 128

客户投诉的回复书信	129
道歉书信	140
接受订货单的回信	150
致返回错误商品的顾客的书信	151
发货错误的改正书信	152
有关产品和服务资讯的书信	154
致顾客的感谢信	160
致流失了的顾客的书信	165
公司通知产品定价的书信	166
通知地址更变的书信	169
项目情况的书信	170
产品使用说明的书信	175
介绍调整对顾客影响的书信	176
回复订购的书信	177
写给股东的书信	183

第九章 信贷与收款方面的书信 199

请求商业信用消费的书信	200
信用信息书信	201
通知信用政策调整的书信	203
退回支票的书信	205
向商业兴信所投诉的书信	208
信用证明信息的书信	208
拒绝信用账户的书信	213
同意信用消费的书信	214
通知信用消费金额提高的书信	217

目 录

通知删除信用消费中有争议的条款的书信	218
通知停止兑现支票的书信	219
征收费用的通知书信	220
通知暂时取消信用消费权利的书信	231
通知恢复信用消费权利的书信	232
接受部分还款的书信	233
确认还款的书信	236
通知交付押金的书信	237
与贷款方重新商谈还款日期的书信	238
顾客投诉账单错误的书信	239

第十章 写给销售商和供应商的书信 240

订购书信	240
索要免费材料的书信	242
询问经销商姓名的书信	243
索要产品有关信息的书信	244
询问产品销售折扣情况的书信	245
赞扬销售商的书信	246
投诉账单错误的书信	248
投诉供应商的书信	250
要求取消合同的书信	253
因为经济状况不佳而终止与供货商的业务关系的书信	254

第十一章 人事书信 255

请求应聘职位面试的书信	256
个人简历的伴随书信	260
撤销求职申请的书信	265
回复求职申请的书信	266
感谢推荐求职者的推荐人的书信	281
提供工作的书信	283
接受或者拒绝提供工作的书信	290
欢迎新员工的书信	293
推荐书信	294
赞扬书信	299
评价书信	307
升职书信	309
宣布新员工的书信	311
要求和拒绝加薪的书信	312
介绍外部人员的书信	315
宣布员工离开的书信	316
辞职书信	318
退休书信	319
批准休假的书信	321
由于经济形势的原因而将员工降职的书信	322
谴责书信	323

解雇书信	324
答谢员工工作周年的书信	331
宣布人事变动的书信	332
鼓励员工的书信	333
辞别员工的书信	335

第十二章 送文函 336

付款的送文函	336
发送合同的送文函	343
发送索要的文件的送文函	344
发送文稿的送文函	346
发送稿件给修改者的送文函	347
发送最终消费报账单的送文函	349

第十三章 确认书信 350

确认供应商口头指示的书信	350
确认价格和折扣的书信	352
写给演讲者确认计划安排的书信	353
确认约定的书信	354
确认访问计划的书信	355
确认电话交谈内容的书信	356
确认电报的书信	357
确认收到材料的书信	358
确认任务的书信	360

第十四章 请求书信 361

询问有关会场信息的书信	361
询问研讨会有关信息的书信	363
请求协助的书信	364
请求返回材料的书信	365
向讲演者索要材料的书信	368
要求改正赊购帐账单的书信	369
购买文章复印件的书信	370
请求取消订阅的书信	371
索要商品目录册的书信	372
索要免费样品的书信	373
咨询新产品有关信息的书信	374
询问有关价格信息的书信	375

第十五章 回复书信 376

接受订购的书信	376
接受参加会议报名的书信	378
汇款书信	379
要求澄清错误的回复书信	380

目 录

回复询问组织成员信息的书信	381
回复政府机构询问有关信息的书信	382
回复索要材料的书信	384
对推销书信的回复书信	387
回复索要产品价目表的书信	388
回复索要免费产品的书信	389
回复询问新产品信息的书信	390
邀请演说者的回复书信	391

第十六章 批准书信 393

请求同意再版的书信	393
通知如何获得批准的书信	398
同意引文请求的书信	400
拒绝引文请求的书信	402
发送合同的伴随书信	404
请求归还版权的书信	405

第十七章 社交、私人和不同主题或方面的书信 406

感谢书信	406
邀请书信	426
回复邀请的书信	432
对演讲表示感兴趣的书信	441
预定会议设施的书信	442
申请俱乐部会员资格的书信	443
发表演说的后续书信	444
赞扬文章的书信	445
祝贺生日的书信	446
祝贺生育的书信	447
公共服务和筹款的书信	448
祝贺新职位的书信	459
写给生病员工或熟人的慰问书信	461
吊唁书信	464
祝贺某人生意开张的书信	465
宣布退休的书信	466

第三部 附录

467

附录 3 缩写	468
附录 4 语法热线咨询地址目录	477

参考文献 500

基础篇

以我来看,所有书信都应当如谈话一样轻松、自由,
而不要故意写成致辞一样……。

桃乐茜·奥斯本(坦普尔女士)

1653年10月致威廉·坦普尔先生的信

成功的专业人士都知道高效书信的重要性。如果你不擅于通过书信向顾客表达你的意图,那么你就不会拥有一个良好的客户关系。如果一个潜在的消费者对于你们公司的服务和商品的相关描述感到困惑,那么你们的服务和商品也不会行销于市场。由于一份含糊其辞的信,让消费者都不明白正在销售什么,那么售货员又怎么能让商品畅销呢?

书信写作对于每位商业人士的成功来说都十分关键。没有书信写作技巧,商业活动中工作效率就是空谈。

接近本书

《美国管理协会商业书信指南》的目的是帮助读者写作高效书信。没有效果的书信是时间和金钱的浪费。如果意识到这一点,每位专业人员都会产生提高其书信写作能力的念头。书信可以不是你生意中的关键点,但是如果你认为有效的书信写作能够增加你合作关系的质量,扩大你经营活动的范围以及能减少你在时间和金钱上的浪费,那么你就要继续了解写好书信的重要性。

你在准备阅读本书的时候,应该在心中有这样一个目标——学习如何写作

有效信件。请记住,尽管书信写作不是一种简单的技巧,但是通过练习你能够达到写作出色书信的水平。

走进本书

在你写作有效信件之前,你必须先了解一封出色书信的组成成分。本书的第一部分将带你一步一步了解书信写作的基础内容,你将了解到设计一封信和集合所有你所需信息的重要性。当你决定动手写信,并且选择了恰当内容来完成书信的必要组成部分的时候,关于书信的设计就可以开始付诸实施了。只有你知道在书信的结构和形式上采用合适技巧的条件下,写出来的书信才是出色的。要让你的书信完全地被读者理解,那么语法、标点符号、拼写以及语言的使用都是很重要的。你也不要被大量的语法知识所吓倒,我们在这里所需要掌握的是最为基础的“常用”语法规则。这些语法知识不仅易于掌握,而且在写作书信和其他写作中也是会自然而然地经常用到。

第一部分有一章是关于字处理的内容。这章的内容不能回答你在办公室的计算机上写作书信时所遇到所有关于字处理的技术问题,但是它可以引导你通过字处理系统有效利用《美国管理协会商业书信指南》所包含的信息与提供的模板书信。

本书的第二部分是由 365 封以上的模板书信组成的,这些书信分门别类地反映了商业活动各行各业的情况。每章都有一部分内容对其中包含的许多信件的优点进行分析。第二部分中的大部分模板书信是以从事商业活动的专业人士写作和使用的商业书信为基础改编而来的,其中的公司名字和人员姓名已经被改动,而书信的基本内容却保持不变。我们选取在日常商业活动中必须要用的各类书信为模板书信。你可以采用其中的模板书信满足日常商业书信使用的需要,也可以把这些模板书信作为你日常写作书信的标准。

本书的四份附录为你在写作书信的过程中提供获取帮助的方式清单和写信参考规则查询。参考书目的内容注解相关书籍和出版物清单,这些书籍可以作为你进一步提高写作书信能力的指导用书。

所有的事物,只有通过不断的实践才能使其变得完美。如果你在日常写作书信的过程中逐渐应用了在《美国管理协会商业书信指南》第一部分中学习的基础知识和第二部分的模板书信,那么你的书信写作技巧就会不断得到提高。最终结果将是你的书信所表达的思想和意图会如同与你当面交谈一样被收信人所领会。

设计书信

未雨绸缪对于实现每一个目标都是至关重要的因素,写信也不例外。要完成一封语言清晰、表达准确的书信,你必须要先有一个出色的书信设计。

有些书信没必要提前进行精心的设计,但是一封写给顾客建议购买某种商品的推荐信就不能与感谢为你提供商业午餐的便条一样随便。

凭借经验我们通常可以口述书信写作的设计。如果你在一封信中所要表达的信息比较有限,在你的头脑中就可以勾画出书信的大概轮廓,那么就没有必要通过书信设计来历数所要表达的内容了。精心的书信设计适用于需要进行认真设计的书信写作。

当然了,你在每次写信的时候都按照下述步骤详细地勾画书信的每个细节,也没有什么不妥之处。经过大量的练习,你会更加轻松自如地写作简单书信,而花费在设计书信上的时间也会使你在其他商业工作设计中变得有条不紊。

以下是设计任何书信最为基本的三个步骤:

1. 搜集相关情况
2. 分析书信的主题和读信者
3. 明确你的目的和实现途径

如果你在写信的过程中遵循了上述步骤设计书信,你将会发现你的书信表达清晰,易于被人理解,同时书信所要达到的目标也能成功实现。