



国内第一部详细论述英文文法
和英文商务文件编排技巧的
工具书

HZ BOOKS
华章教育

Mc
Graw
Hill

最新

英文商务写作 手册

(原书第9版)

The Gregg Reference
Manual (9th Edition)

(美) 威廉姆 A. 萨宾 (William A. Sabin) 著
冯桂媚 柯江华 译



机械工业出版社
China Machine Press

卓越

经理人实战课堂

最新

英文商务写作 手册

(原书第9版)

The Gregg Reference Manual
(9th Edition)

(美) 威廉姆 A. 萨宾 (William A. Sabin) 著
冯桂媚 柯江华 译

本书是国内第一部详细论述英文文法和商务文件编排技巧的工具书。

本书包含三部分：第一部分讨论语法、用法和格式的主要问题。第二部分提供了利用电脑创建和编排各种英文商务文件的技巧和步骤。第三部分提供了一张语法术语表、一张计算机术语表和一篇讨论容易出错的发音问题的附录。

本书适用于所有英语学习者和使用者、英文编辑，尤其是英文商务写作者。

William A. Sabin: The Gregg Reference Manual, 9th Edition.

ISBN: 0-02-804046-5.

Copyright © 2001 by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved. Copyright © 1996, 1992, 1985, 1977, 1970, 1961, 1956 by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved. Copyright 1951 by the McGraw-Hill Companies, Inc. Original language published by the McGraw-Hill Company, Inc. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and China Machine Press.

本书中文简体字翻译版由机械工业出版社和美国麦格劳-希尔教育（亚洲）出版公司合作出版。未经出版者预先书面许可，不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有McGraw-Hill公司防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。

本书版权登记号：图字：01-2002-5821

图书在版编目（CIP）数据

最新英文商务写作手册（原书第9版）/（美）萨宾（Sabin, W. A.）著；冯桂媚，柯江华译。—北京：机械工业出版社，2003.6

（卓越经理人实战课堂）

书名原文：The Gregg Reference Manual

ISBN 7-111-12025-6

I. 最… II. ①萨… ②冯… ③柯… III. 英语—教学参考资料 IV. H31

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第027983号

机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037）

责任编辑：杨熙越 版式设计：刘永青

北京瑞德印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2003年6月第1版第1次印刷

787mm × 1092mm 1/16 · 33印张

定价：59.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

译者序

《最新英文商务写作手册》(原书第9版)第一部分是非常实用的基础英语写作文法指南,其中包括标点符号、大写、拼写、语法和用法等详尽规则。第二部分讨论创建和编排各种商务文件的技巧和步骤。第三部分提供了一张语法术语表、一张计算机术语表和一篇讨论容易出错的发音问题的附录。

本书中的语法规则适用于英语初、中级学习者和使用者,从书中的示例和侧重点来看,它尤其适用于商务英语写作。

书中使用的语言相当深入浅出,虽然是比较枯燥的语法问题,但是作者尽量使用比较形象化和简单的语言来叙述,非常容易读懂。书中对于语法规则的归纳比较全面,对于每一个方面的问题基本上都顾及到了,包括普通用法和例外情况,但是又很精简,很少重复和赘述。本书侧重于书面语,所以对于语法的要求还是比较严谨的,同时由于作者把握尺度较好,并且兼顾了各家说法和各种常见用法,所以并没有给人以迂腐拘泥的感觉。本书中的规则叙述基本上是依据比较权威的韦伯斯特字典,但是又借鉴了其他的一些常见用法,在尽量保持语法规则一致性的基础上,又追求语言的自然性和多样性,并不生搬硬套,可见作者很费苦心,获得的效果也相当不错。

本书列举了大量的例句和例词,每一条规则下面都有几个侧重点不同的例子,以加强读者的理解和印象。这些例子有许多是相同的人和事,但是使用不同的表达方式,或者表达不同的含义,这样就能够让读者加以对比,加深理解。书中的举例大多偏重于商务方面,对于日常商务信函、文件等的文法和格式都作了相当详尽的说明,所以说,本书尤其适合于商务写作者。除此以外,书中还给读者提供了大量的词表,包括常见的缩写词、不规则动词、容易弄错的词语等等,这些都是日常使用中经常遇到的词语,我相信这些词汇表对于读者会很有帮助。除此以外,书中还有专门的一章——第11章——讲述一些常见词语的用法,都是一些常见的但容易混淆的词语,本书通过说明和举例,帮助读者迅速地掌握这些词语。

《最新英文商务写作手册》的第9版,正如作者所说,该版本和时代进步结合得较好,很多内容涉及到电脑写作和格式编排,尤其是在标点符号、大写和断字部分,基本上偏重于电脑软件的格式编排方法。另外,书中还对一些常见的计算机术语做出了解释,这也是很有帮助的。

本书一个很突出的优点就是它的相互参考功能,关于一些词语、文法规则,书中提供了“见×××”,“参阅×××”的字样,告诉读者还有一些补充的规则和文法指南,以便于读

者得到更全面的信息。

此外，本书在编排格式上也有值得借鉴之处，那就是章节段落的编号方式，它的段落序号是章节号码+该段在本章中的编号，这样就可便于读者进行查找。我们的中文版本也吸取了英文版本在版面设计上的出色之处，相信会受到读者的欢迎。

前言

《最新英文商务写作手册》是专为所有撰写、编辑或准备发行及出版材料的人准备的。它致力于解决经验丰富的专家所关心的问题，尤其是那些得不到训练有素的助手帮助的专家们，以确保其文件出版的质量。此外，本手册还适应了那些准备在他们选择的工作领域成为专家的学生们的需要。

为了适应这样广泛的读者群，《最新英文商务写作手册》列出了几乎在每一篇文章中都适用的基本规则，还有那些出现得不很频繁，但是一旦出现，引起的麻烦却一点也不少的细节问题。这本手册提供了大量的例子和电脑做成的图示，这样，你在交流中遇到的各种问题，从电子邮件信息到正式报告，都可以从中找到模型，据以解决问题。它也提供了具体规则背后的理论基础，这样你就可以灵活而随心所欲地运用这些格式原则。

新版本的特点

《最新英文商务写作手册》第9版在许多方面都作了修正和提高，以全面适应商务和学术写作的格式需求。

1. 第9版最显著的变化，就是反映了计算机技术在书面信息的创作和出版方面产生的巨大影响。

- 文字处理模板的易操作性大大地简化了信件、备忘录、报告和其他文件的准备过程。然而，由于多种原因，这些模板所提供的格式可能并不适合你的需要。为了帮助你应付这种情况，第13章（讨论信函和备忘录）和第14章（讨论报告和原稿）展示了微软Windows操作系统下的Word所提供的模板实例，然后又提供了指导，告诉你如何修改这些模板或者创建自己的模板，以达到更好的效果。
- 第9版讨论了文字处理软件的特殊功能，便于你更轻松地创建商业文件——例如，脚注、尾注和表格（包括正式报告的目录表）——中的各个部分并编排格式。这本手册还讨论了这些节省时间的功能可能会带来的问题。因此，第16章（关于表格）提供了全新的一系列图例，演示一张在微软Windows Word中利用表格功能创建的表格可以如何进行逐步的修改，使它更加具有可读性和更吸引人的效果。类似地，第15章（关于注释）展示了利用微软Windows Word脚注和尾注功能所创建的格式可以如何进行改进。
- 第1532-1546节提供了关于如何处理来源于网上的材料的全新说明。这些段落不仅将告诉你如何在网上信息来源的基础上组织脚注、尾注和参考书目，它们还提出了当你在引用电子材料时应该遵循的一些明智的预防措施，正如我们都知道的，这些材料可能迅速地被更改，转移到新位置，或者彻底消失。

- 对于那些互联网新手，第1532-1533节将告诉他们如何对网站地址（URL）和电子邮件地址进行解码。此外，第1538-1539节将说明如有必要，在一行的末尾如何断开这些地址。
- 如今，任何一个找工作的人都需要明白，计算机技术在选拔应聘者方面所产生的影响。第1714-1717节对于准备一个可扫描的个人简历（可以用光字符读取器扫描）提供了全新的格式指导，这将有助于你在竞争的最初阶段立足。
- 附录B中的计算机术语表已经扩展到了19页，以便适应这门新技术迅速发展的词汇。如果你对于带宽、网员、点、防火墙、局域网、鼠标土豆、*spider*技术和用户名这些名词感到疑惑不解，那就请查阅附录B。
- 是*e-mail*，*E-mail*，还是*email*？是*Web site*，*Website*，还是*website*？请查阅第847节，它能帮助你解决计算机术语的各种拼写和构词方式所造成的混淆。
- 随着电脑打字文件中反映出桌面印刷系统的标准进一步取代了旧的标准，新的格式问题必须进行讨论。第102节就面临了关于一个句子末尾标点符号之后应该是一个还是两个空格的异常激烈的争论。第2章讨论了破折号的不同类型（第216-217节），引号的不同类型（第226节），以及斜体字和下划线用法的不同指导（第290节）。

2. 上一版本读者所提出的问题和议也第9版新加入的内容有着重要影响[⊖]，例如：

- 像*affluent*、*chaise longue*和*forte*这样的词你如何发音？像*Cairo*（在伊利诺）、*Mackinac*（在密歇根）和*Natchitoches*（在路易斯安娜）这样的地名又如何发音？附录C将会对这样的发音问题提供一些令人信服的指导。
- 阿肯色州的居民怎么说？同样地，应该如何称呼其他49个州的居民？见第336节。
- 2000年的班级和21世纪的第一个10年应该怎么说才是正确的？见412c和439b。
- 加号出现在电话号码前面是什么意思？见454f。
- 为什么字典对类似的复合词处理方式不同（例如，*payoff/play-off*，*skydiving/skin diving*）？格式上的这种不一致有没有什么合理的解决方法？见801b-c。
- 像*NBC poll*和*NATO strategy*这样的短语前面应该用*a*还是*an*？见第1101节。
- 如何编排新闻的格式？见第1707节。
- 如果你刚从学校毕业，没有很多的工作经验可供叙述，如何编排一份单页的个人简历的格式？见1713节。
- 为了一劳永逸，用介词来结束一个句子行不行？见第1080节。

3. 第9版从头至尾的正文和图示都修改过了，以反映出不断进入到语言中来的新的词语、短语、缩略语和缩写。如果你不知道*PONA*、*WOMBAT*或者*PEBCAK*的意思，就请立刻翻到522a节。如果你不熟悉*Parkinson's Law of Data*，或者*Hanlon's Razor*这句格言，请查阅346c。

4. 第9版使用了更大的页面和新的设计，使它的外观更开阔，正文和图示也更容易阅读。

⊖ 由于读者的评价对于确保每一个版本都确实反映读者的需要具有极大的价值，所以我请你们通过位于俄亥俄州哥伦布的出版社提出问题和议。中国的读者请寄机械工业出版社华章公司，地址：北京市西城区百万庄南街1号309室营销中心（邮编：100037）。——编者

第9版结构预览

本版《最新英文商务写作手册》中包括了18章和3篇附录，分为3个部分：

第一部分（第1~11章）讨论语法、用法和格式的主要方面——标点符号、大写、数词、缩写词、复数和所有格、拼写、复合词和断字。

第二部分（第12~18章）讨论创建和编排各种书面信息——信函、备忘录、报告、原稿、表格、议程、会议记录、行程、传真首页、新闻、电子邮件、大纲、简历和其他雇用信息——的技巧和步骤。它还提供了称呼形式的详细指导。

第三部分（附录A、B和C）提供了一张语法术语表、一张计算机术语表和一篇讨论容易出错的发音问题的新附录。

你自己在浏览《最新英文商务写作手册》第9版的时候，应该特别注意那些值得深入研究的规则，这些规则是你在日常情况下会用到的，也是需要你去掌握的。你也应该顺便熟悉一下那些细微的格式要点，只需要知道有这样的规则存在就足够了，然后当你需要的时候，就会知道上哪里去找它们。最后，你还应该注意一下特殊词语列表、句型和示例，这些以后可能会对你有帮助。如果你现在知道了这本手册的内容，就会知道自己将来能够在这里寻求到什么样的帮助。更重要的是，你可以更加迅速地找到你所需要的东西。

致谢

如果没有许多人的帮助和支持，这样的一本书不可能成集。我想向麦克劳-希尔/格兰科公司的我的同事们，从事商业和办公教育的我的许多好朋友，还有那些允许我观察他们的班级和培训课程的讲师和专业商务培训顾问们，表达我深深的谢意。我还要感谢无数帮助过我的教师、行政主管、学生和专家们，他们提出的问题和帮助建议帮助我在这个新版本里做了许多改进。

由于空间有限，无法在这里一一地感谢所有这些人们。但是，我必须将其中一些人的名字单独列出来，向他们表示特别的感谢。

感谢奥立佛·科伦，我的才华横溢的编辑，谢谢他对原稿作了精心的修改，并且一直坚持保证最高水准的印刷质量。

感谢芭芭拉·奥克利，我相交多年的亲密朋友和同事，谢谢她在修订第12~17章时所提供的不可或缺的帮助。

感谢普莱斯·凡勒斯，我的另一位亲爱的朋友和同事，谢谢他仔细地阅读第9版并提出了宝贵的意见和建议。

感谢伊娃和鲁塞尔·路易斯，我眼尖的读者和长期的朋友，他们帮助我使这本手册在人力所及的范围内尽可能地避免错误和不一致。

感谢那些提供了许多有帮助的建议的讲师和专业顾问们：

Murlene Asadi, Scott Community College, Davenport, Iowa

Lenette Baker, Bessemer State Technical College, Bessemer, Alabama

Belinda K. Belisle, Belisle & Associates, West Garden Grove, California

Melanie Booth, Heald Colleges, San Francisco, California

Janet I. Boring Seggern, Lehigh Carbon Community College, Schnecksville, Pennsylvania

Patricia Boyle-Steed, Boyle-Steed Writing Services, Salem, New Hampshire
 Shirley Breeze, Meramec Community College, St. Louis, Missouri
 Wendy Brog, Bridgerland Applied Technology Center, Logan, Utah
 Connie Jo Clark, Lane Community College, Eugene, Oregon
 Martha J. Coleman, El Paso Community College, El Paso, Texas
 Linda Comerford, Comerford Consulting, Indianapolis, Indiana
 Dr. Judy H. Diffley, Washburn University, Topeka, Kansas
 Dr. Allan Doerr, Montgomery County Community College, Blue Bell, Pennsylvania
 Barbara B. Foti, Washington Business School, Vienna, Virginia
 Louis Fucilo, Chase Education, a division of The Chase Manhattan Bank, New York,
 New York
 Cynthia L. Govreau, Kentucky College of Business, Florence, Kentucky
 Raenelle Hanes, Pikes Peak Community College, Colorado Springs, Colorado
 Cynthia Hanna, Empire College, Santa Rosa, California
 Carole English, Salt Lake Community College, Salt Lake City, Utah
 Lee Clark Johns, Professional Writing Consultants, Tulsa, Oklahoma
 Ron Kapper, College of DuPage, Glen Ellyn, Illinois
 Dr. Rebecca Limback, Central Missouri State University, Warrensburg, Missouri
 Patricia L. Malone, Chemeketa Community College, Salem, Oregon
 Barbara McGovern, WD Communications, Red Bank, New Jersey
 Carolyn Mehl, State Farm Insurance, Bloomington, Illinois
 Virginia Melvin, CPS, State Tech at Memphis, Memphis, Tennessee
 Carol Y. Mull, Asheville-Buncombe Technical Community College, Asheville, North
 Carolina
 Carol O'Grady, Tampa Technical Institute, Tampa, Florida
 Glenna Oakley, Francis Tuttle Tech, Oklahoma City, Oklahoma
 Wilma J. Payne, Education America-Fort Worth, Fort Worth, Texas
 Ronald C. Pellerin, Stone Academy, Hamden, Connecticut
 Mark Rau, Lincoln Training Center, Sacramento, California
 Ann Rosenblatt, Metro Community College, Omaha, Nebraska
 Barbara Wascher, Elgin Community College, Elgin, Illinois

感谢那些专业的同事们，他们对第9版提供了尤为巨大的帮助和支持，同样地，早期版本也得到了他们很多帮助和支持。

Kathleen Abromeit, editorial consultant, Oberlin, Ohio

Anne Block, senior editor, Tivoli Systems, Indianapolis, Indiana

Marie Longyear Dunphy, McGraw-Hill author and former director of communications,

McGraw-Hill, Woodstock, New York

Geraldine Fahey, editorial consultant, New York, New York

Don K. Ferguson, editorial consultant, Knoxville, Tennessee

Beverley Funk, Glencoe author and former instructor, Everett Community College, Everett, Washington

Dr. Helen Green, Glencoe author and emerita professor of business education, Michigan State University, East Lansing, Michigan

Dr. Karen Larsen, editorial consultant, Portland, Oregon

Mary Madden, former supervisor of business and distributive education, New Orleans Public Schools, New Orleans, Louisiana

Dr. Gloria Vacca Mahoney, business training consultant, GLOEDCO, Inc., Hollywood, Florida

Ann Miller, business training consultant, WD Communications, Newark, Delaware

Gail Modlin, former editorial director, Glencoe/McGraw-Hill, Tampa, Florida

Sibyl Parker, former publisher, technical, reference, and new media, McGraw-Hill, New York, New York

Dr. Robert Poland, emeritus professor of business and marketing education, Michigan State University, East Lansing, Michigan

Barry Richman, executive vice president for business development, Metacode Technologies, Inc., San Francisco, California

Margaret Sabin, editorial consultant, Montclair, New Jersey

Barbara Sacker, business training consultant, Pro-Action, Inc., Brooklyn, New York

William E. Slifka, U.S. Postal Service, Portland, Maine

Dr. Jeffrey Stewart, Glencoe author and emeritus professor of education, Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, Virginia

Cherie Tucker, GrammarWorks, Seattle, Washington

Nina Watson Wells, editorial director, FSCreations, Inc., Cincinnati, Ohio

Carol Ann Wilson, vice president for information, National Law Library, Inc., Houston, Texas

Merle Wood, Glencoe author and former supervisor of business education, Oakland Unified School District, Lafayette, California

Mark Yannone, CEO, Perfect Data, Peoria, Arizona

我还要感谢我的家人——感谢我的母亲，她使我第一次感觉到语言的能力（她还给予了我其他很多东西）；感谢玛格丽特、约翰、凯特、克利斯和吉姆，我从他们那里获得了许多智慧；最后还要感谢我的妻子玛丽，是她使我的人生旅程值得去奋斗——谢谢你们，我爱你们。

威廉姆 A. 萨宾

如何查找

假设你正在给另一个部门的某个人写信：

I understand you are doing a confidential study of the Bronson matter. May I please get an advance copy of your report (到了这里你犹豫了，这个句子结尾应该用句号还是问号呢？)

这种问题经常会在任何类型的书面信息中浮现出来。你如何快速地为这种问题找到答案？在这本手册中，有好几种办法。

使用快速浏览的方式

许多参考手册的使用者缺乏耐心查看具体的索引。他们宁可打开书，一页页地浏览，直到找到他们需要的东西。如果你比较喜欢这种方法，你将会发现，这本手册的几个特点对你特别有帮助。

- 封面内页简单的标题索引指出了每一个主要标题的关键段落。
- 除了附录之外，在每一章的开头，你都会发现有一张详细的列表，列出了在该章中讨论到的所有题目。这张列表会帮助你迅速地将注意力集中到跟你的问题有关的一条或几条规则上。假设出现下面的问题：

The only point still at issue is whether or not new *Federal* (还是*federal*?) legislation is required.

封面内页的索引指出了第301-366节是讨论大写的问题。快速的浏览一下第301节前面的提纲，就会查到“政府机构的名称(325-330)”该条。如果你翻到那一组规则，就会在第328节发现正确的形式应该是“*federal*”。

- 整本手册中还提供了大量的相互参照，以便你能够迅速地找到可能对你有帮助的相关规则。有的相互参照采用这种形式：“见324”，还有的可能是“参阅324”。“见324”这种形式表示第324节包含着重要的信息，对于你正在阅读的该条规则起了补充或修饰的作用。“见”这个词建议你，在做出决定之前还是应该看看相互参照的内容。“参阅324”这种形式的含义就远没有那么迫切了。它表示你在第324节中将会发现一些补充的例子，也许还有对你正在阅读这条规则的重新阐述，但是没有什么完全新的东西。在实施上，“参阅”建议你如果不愿意的话就不必接着看相互参照的内容，不会有什么害处。

充分运用号码

要找到一个具体问题的答案，还有第二种方法，这种方法在你熟悉了这本手册的结构和内容以后将会变得有用。快速地检查一下规则号码，你就会观察到，它们都带有一个章节号码作为前缀。这样，第3章（关于大写）就有一组“300”系列的规则——从301至366；第4

章（关于数字的格式）就有一组“400”系列的规则——从401至470，等等。一旦你对章节号码和标题熟悉了，你就不用参考任何一个索引，只要使用章节号码标签，就可以相当迅速地找到你的目标。比方说，如果你打算写下面这个句子：

43 percent of the questionnaires have now been returned.（或者应该是“*Forty-three percent of the questionnaires...*”？）

如果你知道关于数字格式的问题是在第4章中讨论，你可以迅速地翻到标着第4章的页面，对该章开头的标题提纲进行快速浏览，你就能知道答案是在第421节。（在这个例子中，*Forty-three percent*是正确答案。）

对章节号码和章节标题的熟悉还可以在你使用索引的时候为你节约时间。如果你查到的索引条目列出了几个不同的段落号码，你经常可以预料到这些段落讨论的是什麼内容。例如，如果你想知道在采购订单中应该写5 lb还是5 lbs，你可能会在索引中遇到下面这样的条目：

重量单位，429-431，535-538，620

如果你知道第6章讨论复数的问题，你就会先翻到第620节试试。

查找具体词语

许多出现的问题涉及到具体的词语，出于这个原因，只要空间允许，索引中尽可能地多提供一些这类词语的条目。例如，在下面这个句子中，应不应该把therefore用逗号隔开？

It is(,) *therefore*(,) essential that operations be curtailed.

查看一下索引，将会发现下面这项条目：

therefore, 122, 124b, 138-142, 178

阅读第141节的规则，就会知道在这个句子中不应该使用逗号。如果你对另一个具体词语有同样的疑问，但是在索引中没有发现这个词作为单独的条目被列出来，最好的办法就是查看“逗号”该项下的条目，然后查阅最有可能的参考条目，或者直接翻阅第1章中关于逗号的规则，直到你找到自己需要的答案。

如果你在外表和读音相似的词语上有困难——像*gibe*和*jibe*或者*affect*和*effect*——直接翻到第719节。至于其他容易错的词语，请查阅第11章。

目 录

译者序
前言
如何查找

第一部分 语法、用法和格式

第1章	标点符号：主要标点	2
第2章	标点符号：其他标点	43
第3章	大写	75
第4章	数词	97
第5章	缩写词	117
第6章	复数和所有格	139
第7章	拼写	157
第8章	复合词	177
第9章	断字	205
第10章	语法	210
第11章	用法	255

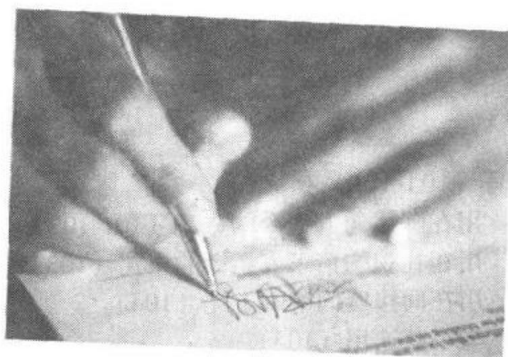
第二部分 技巧和格式

第12章	编辑、校对和归档	284
第13章	信函和备忘录	307
第14章	报告和原稿	357
第15章	注释和参考书目	383
第16章	表格	407
第17章	其他商业文档	433
第18章	称呼形式	466

第三部分 参 考 资 料

附录A	语法术语表	476
附录B	计算机术语表	486
附录C	发音问题	504

第一部分



语法、用法和格式

- 第1章 标点符号：主要标点
- 第2章 标点符号：其他标点
- 第3章 大写
- 第4章 数词
- 第5章 缩写词
- 第6章 复数和所有格
- 第7章 拼写
- 第8章 复合词
- 第9章 断字
- 第10章 语法
- 第11章 用法

第1章

标点符号：主要标点

句号 (101-109)

用在陈述句或指令的末尾 (101-102)

用在礼貌的请求或指令的末尾 (103)

用在间接疑问句的末尾 (104)

与小数连用 (105)

用在提纲和列表中 (106-107)

与标题连用 (108)

一些不能用句号的情况 (109)

问号 (110-118)

用于表示直接疑问句 (110-113)

用于表示句子中间的疑问句 (114-117)

用于表达怀疑 (118)

感叹号 (119-121)

用于表达强烈的感情 (119-120)

与*Oh*和*O*连用 (121)

逗号 (122-175)

逗号用于隔开的基本规则 (122)

逗号用于分开的基本规则 (123-125)

与复合句中的分句连用 (126-129)

与复杂句中的从句连用 (130-132)

引导性从句 (130)

句子中其他位置的从句 (131-132)

与复杂复合句中的从句连用 (133-134)

与分词短语、不定式短语和介词短语连用 (135-137)

引导性短语 (135)

位于从句开头的短语 (136)

句子中其他位置的短语 (137)

与过渡表达式和独立评语连用 (138-143)

在句子的开头 (139)

在句子的结尾 (140)

在句子中间 (141)

在分句的开头 (142)

与副词*Too*连用 (143)



与插入语和附加句连用 (144)
 与直接称呼语连用 (145)
 与补充考虑连用 (146)
 与对比表达式连用 (147)
 与辨别性的、同位语或解释性的表达式连用 (148-152)
 与居住地或商业关系连用 (153)
 用在日期中 (154-155)
 与*Jr.*、*Sr.*等连用 (156-158)
 与*Inc.*和*Ltd.*连用 (159)
 用在地理资料和地址中 (160-161)
 用在系列中 (162-167)
 与形容词连用 (168-171)
 用于指出省略的词 (172)
 用于指出反常的语序 (173)
 为了表示特别强调 (174)
 为了清晰起见 (175)

分号 (176-186)

用在独立分句之间——省略*And*、*But*、*Or*或*Nor* (176)
 用在独立分句之间——包括*And*、*But*、*Or*或*Nor* (177)
 与过渡表达式连用 (178-180)
 与*For Example*、*Namely*、*That Is*等连用 (181-183)
 用在独立分句之前 (181)
 用在句子结尾 (182)
 用在句子中间 (183)
 用在一系列中 (184-185)
 与从句连用 (186)

冒号 (187-199)

用在独立分句之间 (187)
 用在列举和枚举之前 (188-191)
 用在时间和比率的表达式中 (192-193)
 用在商业文件中 (194)
 用在书籍或出版物的附注中 (195)
 冒号后面的大写 (196-199)

※ 关于语法术语的定义，见语法术语表（附录A）中的相应条目。

标点符号是使句子的意思容易被人理解的一种手段。当仅靠词序不足以使单词、短语和分句之间的关系清晰时，标点符号能够指出它们之间的正确关系。

关于标点符号有一个重要的提示：如果你发现你所写的句子要决定用什么标点符号合适特别困难时，有可能是这个句子的结构不正确。为了保险起见，用一种你确信能够掌握的形式重新修改你的想法。在任何情况下，都不要试图用标点符号的方法来挽救一个结构糟糕的句子。

第1章讨论3种结尾标点符号（句号、问号和感叹号）以及3种主要的内部标点符号（逗号、分号和冒号）。其他所有的标点符号在第2章中讨论。



句号

用在陈述句或指令的末尾

101 a. 使用句号来标出一个做陈述或表达指令的句子的结尾。

A nanosecond is one-billionth of a second.

An ohnosecond is an equally brief moment in which you realize that you goofed in a big way.

John W. Hirsch, president of Seglin Controls Inc., has announced the company's plan to acquire Parker Associates before the end of this year.

I question the need to cut advertising and promotion expenses at this time.

All monthly expense reports must be in by the 10th of the following month.

Make sure that Kate gets to the airport by 10 a.m. (标志缩写词结尾的句号同时也标志了句子的结束。)

b. 使用句号来标志一个代表完整的陈述或指令的省略(缩略)表达式的结尾。省略表达式经常作为对问题的回答或过渡短语出现。

Yes. No. Of course. Indeed. Been there. Done that.

Enough on that subject. Now, to proceed to your next point.

c. 不要混淆省略表达式和句子片段。省略表达式代表一个完整的句子;而句子片段是词语、短语或分句,应该跟邻近的词联合起来组成一个完整的句子,却被错误地当成了一个独立的句子。

Great news! The laser printer arrived yesterday. After we had waited for six weeks. (*Great news* 是一个简短表达式,它代表一个完整的句子: *I have great news.* 分句 *After we had waited for six weeks* 是一个句子片段,被错误地当成了一个独立的句子,这个从句应该跟它前面的主句连起来。)

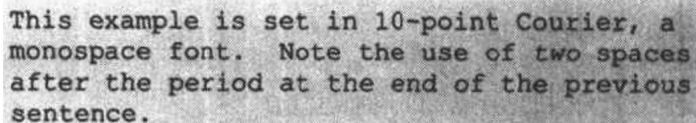
经过修改的表达: Great news! The laser printer arrived yesterday, after we had waited for six weeks.

102 下面的准则将帮助你决定在一个句子的结尾,句号后面应该用一个还是两个空格。

注: 这些空格的准则同样适用于其他任何出现在句子结尾的成分——例如,问号、感叹号、破折号、后圆括号、后引号或者脚注上键入的上标(位置抬高的数字或符号)。

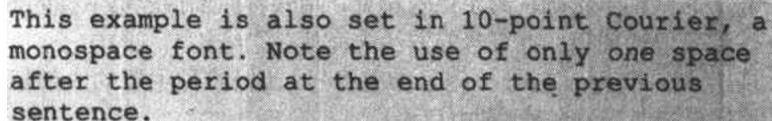
a. 按照一般原则,句子结尾的句号后面用一个空格,但是如果你觉得句子之间需要一个比较强烈的视觉上的间隙,就要换成两个空格。在所有的情况中,决定性的因素应该是特定文件中句子之间空隙的大小。

b. 在等宽字体(其中所有的字符都是一样宽度的)被广泛使用的时候,传统的做法是在句号和下一句的开头之间留两个空格,例如:



This example is set in 10-point Courier, a monospace font. Note the use of two spaces after the period at the end of the previous sentence.

现在桌面印刷系统的标准占了主导地位,在使用等宽字体时,只使用一个空格也可以接受,例如:



This example is also set in 10-point Courier, a monospace font. Note the use of only one space after the period at the end of the previous sentence.