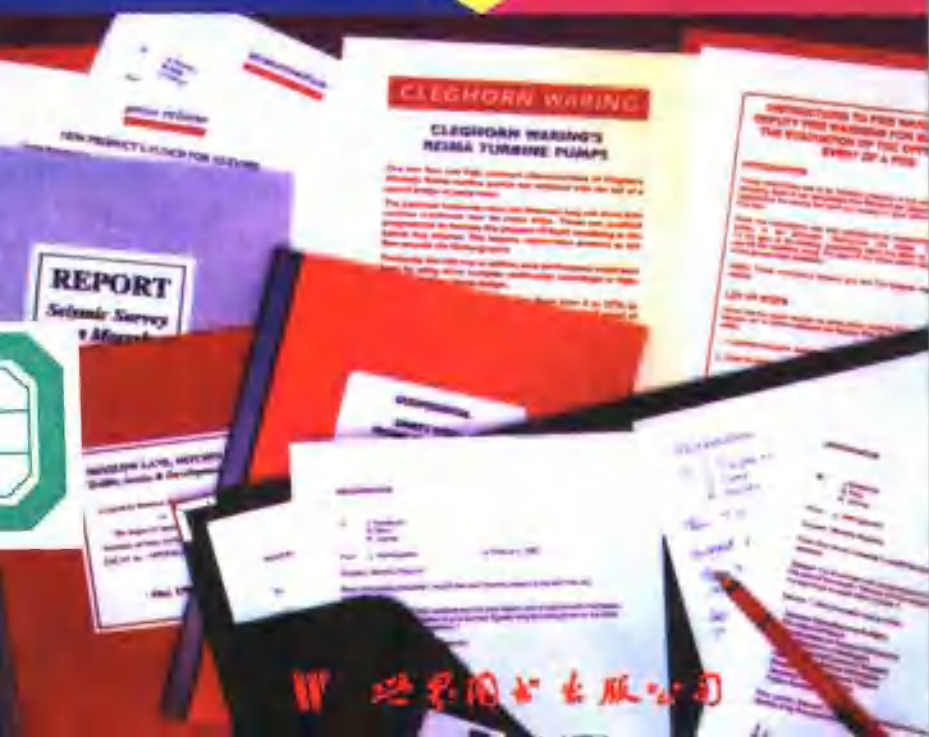


马雷·特纳 罗伯特·亚伯拉罕森 著 刘丹 赵毅 译

商务英语写作

BUSINESS WRITING



W 世界图书出版公司

自学丛书

商务英语写作

(英)玛丽·达斯塔·特纳
罗伯特·路易斯·亚伯拉罕森 著

刘 舟 赵 毅 译

世界图书出版公司

西安·北京·广州·上海

(陕) 新登字 014 号

Business Writing

Mary Dustan Turner
Robert Louis Abrahamson

根据英国 Hodder & Stoughton 出版公司 1993 年第一版译。

版权登记号:陕版出同字 25—1995—019 号

商务英语写作

(英)玛丽·达斯塔·特纳
罗伯特·路易斯·亚伯拉罕森 著

刘 丹 赵 毅 译

张春峰 责任编辑

世界图书出版公司 出版发行

(西安市西木头市 34 号 邮编 710002)

各地新华、外文书店经销

上海杨陵科技印刷厂印刷

开本:787×1092 1/32 印张:6.5 字数:137 千字

1997 年 7 月第 1 版 1999 年 8 月第 2 次印刷

印数:3001—5000 册

ISBN:7-5062-2189-6/H·67

Wx2189 定价:9.80 元

商务英语写作

玛丽·达斯塔·特纳和罗伯特·路易斯·亚伯拉罕森均是世界著名的商务英语写作课教育专家。本书是他们专为商贸工作者编写的一部常用工具书,或称实用手册。其目的在于为案头工作中所遇到的许多问题提供指南。

本书分为两大部分。第一部分是引导读者精通编写文献基础阶段的知识,从构思讲起,直到最后定稿。提出了许多有实用价值的建议,并配有各种练习。第二部分列举了商务英语写作的不同类型,对各类体例都下了确切的定义,阐述了写作目的,对商务英语写作应包括的内容以及如何组织材料均作了详细的指导,还列举了标准文献样本。

作者简介

玛丽·达斯塔·特纳, 硕士, 在英国、美国和欧洲设计并讲授交际英语, 是一位商务作家, 著有《婴儿食品制作》(1976年, 纽约)一书, 并组织了咨询机构国际商务促进会。

罗伯特·路易斯·亚伯拉罕森, 博士, 函授“交际英语”, 并从事美国马里兰大学欧洲分校的记录、演讲和管理研究, 担任好几个国际公司的技术写作顾问, 与人合著《正确英语指南》(1987年, 伦敦)。

目 录

前 言	1
引 言	3
第一章 写作过程	9
一、写作准备	9
(一) 写作对象	9
(二) 写作目的	15
(三) 语气	21
(四) 准备提纲	32
(五) 写作方法	41
(六) 写作风格	58
二、初 稿	65
三、修 改	70
(一) 篇 章	70
(二) 段 落	76
(三) 句 子	84
(四) 措 辞	96
第二章 商务写作类型	103
一、商务报告和技术报告	103
(一) 写作目的	103
(二) 编写内容	104
(三) 报告类型	115

二、履历书	141
(一)写作目的	141
(二)编写内容	141
三、发 票	145
(一)开票目的	145
(二)开票内容	145
四、说明书	148
(一)写作目的	148
(二)说明书的类型	148
(三)编写内容	149
五、商务书信	155
(一)写信目的	155
(二)写信内容	156
(三)商务书信的类型	158
(四)商务书信中资料的安排顺序	160
六、会议记录	163
(一)会议记录的目的	163
(二)会议记录的类型	163
(三)会议记录的内容	164
(四)打印表格	168
七、便 函	169
(一)写便函的目的	169
(二)便函的内容	169
八、定期报告	173
(一)定期报告的目的	173
九、进展报告	174

(一)进展报告的目的·····	175
(二)进展报告的内容·····	175
十、建 议 ·····	178
(一)建议的目的·····	178
(二)建议的读者·····	179
(三)建议的类型·····	179
(四)建议的内容·····	180
(五)建议的形式·····	181
(六)怎样鉴定建议·····	183
十一、证明信 ·····	185
(一)写证明信的目的·····	185
(二)证明信的内容·····	186
十二、状况报告 ·····	188
(一)状况报告的目的·····	188
(二)状况报告的内容·····	188
(三)状况报告的类型·····	189
(四)采访报告·····	190
十三、技术说明书 ·····	192
(一)技术说明书的目的·····	192
(二)技术说明书的类型·····	192
(三)技术说明书的内容·····	193

前 言

此书是我们作为作家、教师和编辑的经历总结，是为那些想在较短时间写出较清楚的文章的经商者而设计的。

许多人害怕写作是因为他们怕写不好。然而商界没有一个人要求你成为另一个莎士比亚，你只需把素材和想法清楚连贯地表达出来就行。

有了这本书，你便有了解决案头写作问题的方法，它为你提供了写作过程的指南，包括各种类型的商务写作的样板和范围。

本书分为两章。第一章领你走过写作的各个阶段，即从构思到写出初稿，为你提供了实用的忠告，还设计了帮助你熟练掌握所示范的各种技巧的练习。

第二章探讨商务写作的几种类型。对每种类型都下了定义，讨论了写作目的，给出了文章内容与组织方法的指导。

很明显，我们不可能包罗每种商务写作，但是你却可以把这种指导运用于任何写作任务。

此书可作为一个手册，在你为一种特定的写作任务而工作时进行参考。我们毕竟只能为你提供—个开端，你可把我们的指导运用于特定的写作任务中去。

我们对帮助编写本书的许多人表示感谢，包括我们的学生和培训过的所有的人。正是通过教学，我们才发展了本书中

所示范的各种技巧。还要感谢那些为我们出主意、想办法、找例证的商界朋友们。尤其是曙光计算机服务有限公司的朱利安·巴纳德,克拉克·霍林斯协会的伊恩和朱迪思·布雷德及戴维·克拉克,克莱格霍恩·韦林与合作(水泵)有限公司的比尔和约翰及查尔斯,ATP 技术出版社的彼得·乔治和安德鲁·亨特及罗杰·斯塔布斯,以及尼尔·桑顿,帕特里夏·特朗普斯和菲利普·维尔。同时,我们要感谢特约编辑朱迪思·赫尼根和本书编辑保罗·史密斯。

我们特别要向朱丽叶、伊恩和维多利亚致以深厚的谢意。

引言

上级要你写份报告时你感到紧张吗？你是否愣愣地望着
一张白纸，茫然不知如何下笔呢？你是否接到退稿，要求重
新思考呢？

本书将教会你职业作家写作时采用的一些技巧。它将向
你演示他们开始写作之前的准备工作，从而使写作较为容易。
它将教会你采用什么样的技巧使你的文章对读者有说服力。
它还会教你文章写好后怎样分发。

换句话说，本书将教会你一种方法。开始时的步骤是简单
明了的，并配有帮助你修改文章的练习以及定稿的范例。

它将使你能够完成案头的任何写作任务。你将明白怎样
做写作准备工作，决定采用哪种方法写作，并明白定稿的形
式。

由于没有两种完全相同的写作任务，所以掌握一种适用
于各种写作任务的方法是有用的。本书将教会你这种方法。

（一） 一种快速入门的方法

作家不是天生的，而是从实践中锻炼出来的。所有成功的
作家——小说、新闻、商务建议、话剧或者年度报告的作者
——都要经历一系列的写作实践。这种过程在他们动笔写作

之前早已开始。

作家在接到任何形式的写作任务后的第一件事是研究手边的素材和有关专业知识，明白为谁而写。先从写简单的事情入手，即你当时所了解的有关那个专题的事情，而不是去进行任何研究，把这些内容从易到难列一个清单。

如果你来读这篇文章的话，就问你自已一些简单问题。比如你需要了解什么？你将进一步了解本专题的什么内容？不要在这时担心文章在定稿后是否包含这些内容，赶快把你想到的这些材料写下来。

写完之后从头至尾看一遍，是否有相似的项目？它们之间是否有联系？

然后把这个清单分成几大部分，再分成逻辑清楚的几个小部分。这件事做完之后，最好搁置一个小时或者一天。

但是不能停止思考，可以边做别的事边思考。在你思考的时候，你所遗忘的或当时想起的对此专题重要的内容会出现在头脑里，那么就补充进去。

再把这个清单按照类别分成几个部分。你能明白该专题自然形成的几个类别吗？一旦你明白了，你便有了一个良好的开端。

显然，一旦你有了充分的准备，写作就容易多了。这就是所有作家要做的事情，不管他们写作任何题材，都要有所准备。有些人打腹稿，有些人记在废信封或者卡片上，装在身上不断补充完善。但是不管你采用哪种方法，都要坚持这样做，尽量把清单补充完善，重新安排，进一步归类，直到有了一个提纲为止（见第35～41页）。

这种罗列是本书将给你介绍的一种方法。我们将提供测

试你是否掌握技巧的练习,并给出特定类型的商务英语写作范例,如对抱怨信的回函,为上级写的备忘录,或者每月的情况报告等。

(二) 一种循序渐进的方法

本书采用一种循序渐进的方法。你可通过阅读本书的每一章,使你的写作技巧逐步提高。如果你面临一个写作任务的话,也可通过寻找合适的章节作为参考。

我们认为,写作是每个人通过这种循序渐进的过程都能掌握的一种方法,并没有什么神秘之处。畅销书获奖作家采用的基本方法与此没有什么两样。当然,每一位作家由此发展成多种多样的风格,但那毕竟是学习写得更加精彩的乐趣了。

如果你按章阅读,并采用这种方法练习,你便可自学写出较为清楚和较有成效的商务文章。

我们希望此书对你有所帮助。多年来我们按此方法进行培训,事实证明它确实有效果。我们也是采用这种方法写成本书的。我们希望你喜欢它,祝你走运。

(三) 谬 误

在开始之前,我们介绍了作家们轻易不讲的写作秘诀。人们都对商务写作持有不同程度的谬误。所有这些谬误的产生是由于人们把自己的思想、职业和自我做了展示之后,便以为所写的文章必然引起他人的注意。我们预想读者在等待着读我们的作品。这种错误观点歪曲了整个写作程序。其他有关

写作的谬误来自人们在学校所接受的培训方法。

我们必须尽量清除这些谬误，以便使自己的写作有明确的目标，学会成为自己最好的批评家和编辑。然而，这种态度的改变不会在一夜之间发生。

冷静地看待自己的写作是需要花费时间的。

1. 我的报告将被像小说一样阅读

任何商务文件几乎都不可能从头至尾像小说那样动人有趣。但是，它是实用的，它将被读者用来核对某些事实，采取行动，做出特殊的决策，或者会影响某种决策。商务信函、备忘录和报告等就是采用这种方法写成的。

例如，你在一个核算部门工作的话，当顾问建议工作时间为市中区禁止车辆通行，你就不会花时间阅读关于新的交通规则讨论，而立刻去考虑费用问题了。

2. 人们渴望读我的作品

尽管你那样想，但是实际上读者不会屏息等待你的文章。他们很可能一点儿也不希望读你的文章，除非读后马上会受益。想象一下他们坐在摆满当天要读完的文件的桌前的情景，你就会明白他们的心理。

3. 读者知道我正在写的内容

可能读者不是这个专题的专家，他们与这份文件中所提到的各种问题无关，对你所讲述的事情几乎一无所知，也可能

不愿意花时间去理解你所写的东西。再者，你也不可能去回答他们所提出的任何问题，读者也找不到其他人来帮助，特别是在旅途或者在家里读这份文件的话。

所有这些意味着你的文章必须合乎逻辑，言之有理。如果有词汇表和附注的话，应包含读者所能找到的附加信息，来理解你的思想。你耗费了巨大精力和许多时间所写出的文章，读者恐怕只有很少时间和精力去阅读。就像上面举过的例子，财会人员实际最为关心的是平衡预算，而不是你的报告。

4. 只有一个人读我的文章

读者不可能是一个，而很可能是许多人，甚至还有根本不认识的其他公司里的工作人员。这篇文章将被送到公司之外，或者本公司的其他部门。它会比你预料的保存时间要长得多。许多年后，它会出现在另一个人的档案材料里，被综合进另一个文件里。有时候还会全部出现在报纸的头版上，或者晚间新闻上！

记住：你的报告或文件，手册或软件包，书或提议必须具有独特之处，有自己的语言，现在或者将来，在你离开公司的任何时候都具有价值。

（四） 检查写好一篇文章的步骤

这个检查步骤可用于任何报告、文献、提议、备忘录，甚至一封信。按你所写的内容，可省略“(i)”以后的项目。

(a) 确定目的；

- (b) 认准读者；
- (c) 用一句话写出主题；
- (d) 订出定稿和分发的时间表；
- (e) 研究所有合适的能找到的资料、文件、会谈记录、其他报告、图表、示意图等；
- (f) 调整主题；
- (g) 编写详细的提纲；
- (h) 写作初稿；
- (i) 反复修改和重写初稿；
- (j) 找经理落实稿子是否采用；
- (k) 决定布置和设计；
- (l) 选择最佳复制或发表方法；
- (m) 自己打印，或者送出去打印；
- (n) 仔细校对，反复审核，如有必要再修改；
- (o) 发表；
- (p) 分发；
- (q) 如果必要，加以宣传。

商务写作必须使用标准英语，要注意语法和标点符号正确。你的作品应美观整洁，遵照上级的习惯。你必须以不被退稿为基准来写作。这样，你的文章才能有用处。它所包含的内容应是读者所能够明白的东西。

第一章 写作过程

一、写作准备

写作准备是一个包含动笔之前所有准备活动的阶段。这个阶段,你的大部分时间应该投入在计划、搜集材料和思考题材上。写前准备将会充分节省实际写作阶段的时间,使你写出更严密、更易于理解的文章。此阶段由以下几个方面组成:

- (a) 分析读者;
- (b) 确定目的;
- (c) 考虑语气;
- (d) 组织主题;
- (e) 搜集材料;
- (f) 组织材料。

(一) 写作对象

了解读者及其需求对准备任何商务写作至关重要。如不了解读者,那么不管你的材料多么重要,你的文章就不会那么