

有效商务写作

如何让对方感到事态紧急，从而提高商务信件的回复率

(美) Jane K. Cleland 著
余莹 丛培成 译

Business Writing for Results

How to Create a Sense of Urgency and Increase Response
to All of Your Business Communications

- ◆ 以读者为中心撰写电子邮件、书信、报告书和计划书。
- ◆ 选用最有效的词汇——告别无聊的便笺吧！
- ◆ 遵循正确的语法规则，提升专业形象；小小诀窍就能让你记住这些规则！
- ◆ 运用逻辑思维和清晰的表达来说服读者。



清华大学出版社



实 用 商 务 写 作 译 丛

有效商务写作

Business Writing for Results

How to Create a Sense of Urgency and Increase Response
to All of Your Business Communications

(美) Jane K. Cleland 著
余莹 丛培成 译



B1285787

清华大学出版社
北 京

Jane K. Cleland
Business Writing for Results
EISBN: 0-07-140570-4

Copyright © 2003 by Jane Cleland

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition is published and distributed exclusively by Tsinghua University Press under the authorization by McGraw-Hill Education(Asia) Co., within the territory of the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. Violation of this Law is subject to Civil and Criminal Penalties.

本书中文简体字翻译版由美国麦格劳-希尔教育出版(亚洲)公司授权清华大学出版社在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区和中国台湾地区)独家出版发行。未经许可之出口视为违反著作权法,将受法律之制裁。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。

北京市版权局著作权合同登记号 图字:01-2003-4884

本书封面贴有McGraw-Hill公司防伪标签,无标签者不得销售。

图书在版编目(CIP)数据

有效商务写作/(美)克莱兰(Cleland, J. K.)著;余莹,丛培成译. —北京:清华大学出版社, 2003

(实用商务写作译丛)

书名原文: Business Writing for Results

ISBN 7-302-07449-6

I. 有… II. ①克… ②余… ③丛… III. 商务—应用文—写作 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 094378 号

出 版 者: 清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社 总 机: 010-62770175

地 址: 北京清华大学学研大厦

邮 编: 100084

客户服务: 010-62776969

责任编辑: 王 青

封面设计: 孟繁聪

版式设计: 肖 米

印 刷 者: 北京牛山世兴印刷厂

装 订 者: 三河市化甲屯小学装订二厂

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 185×230 印张: 13 字数: 224 千字

版 次: 2003 年 12 月第 1 版 2003 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-07449-6/F·645

印 数: 1~5000

定 价: 22.00 元

我父亲的母语不是英语,他一直在尽力让人们听懂自己的话、看懂自己的文章。

他常希望能找出一些简易的方法来记住那些复杂的写作规则,从而又快又轻松地写出专业书信。

谨以此书献给我的父亲

译者序

当今社会是商业的社会，信息膨胀而又瞬息万变。如何以尽可能短的时间在公司内部以及公司之间实现有效的沟通，成为商界精英们面临的一大难题。传统的沟通形式——书信交流在这里显得尤为重要。优秀的商务写作在明确而有效地传递信息的同时，还能为作者树立起专业干练的形象；相反，粗制滥造的商业书信不仅会造成信息的误传，致使商机贻误，还可能破坏整个公司的信誉，成为商业活动中的败笔。

本书是简·K.克莱兰（Jane K. Cleland）的一部最新力作。作者在商务领域里拥有十几年的教学和演说经验，其创建并领导的商务写作项目已经使上万人受益，其中由她首创的商务写作“三步体系”更是受到广泛认可。本书就是她对这套体系的系统论述，也是她多年教学经验的总结。

条理清晰是本书的最大特点，作者将系统化的写作程序和纷繁复杂的写作背景结合起来，介绍了一套具有普遍指导意义的方法和技巧。“理清思路—草拟初稿—修改校对”的三步思路贯穿于详尽的情景案例之间，全文脉络一目了然。拜读全书后，回顾一下目录内容，一套三步体系就可以了然于胸。

本书众多案例来自作者多年的教学经验，将看似庞杂的各种方法、技巧变得生动、具体，而且便于记忆；大量习题与实际运用紧密结合，使读者能够亲身体会各项写作技巧；此外，书中还对许多词汇用法进行了列表归纳，以备读者随时查阅。

作为一本商务写作读物，本书的意义在于可以为实际的商务书信写作提供指导。简单的写作程序，详实的案例说明，丰富的习作资源，使其成为商场精英不可多得的写作助手，也可以帮助商界新手尽快熟悉和掌握实用的商务写作技巧。作者在撰写本书时，更是亲自实践了书中的各项方法、技巧，这是笔者在翻译过程中体会最深的一点。

向国内读者介绍这本读物，一方面是看中书中行之有效的写作方法，另一方面也因为本书介绍的是英文的商务写作技巧。全球化环境下，日益激烈的国际竞争要求我们确保有效的跨国交流和沟通。而本来就备受英文写作困



扰的国内商务人员在此难免捉襟见肘。作为本土英文写作读物，本书在这方面的说服力不言自明。笔者在翻译的过程中尽量保持原汁原味，并在书中英文例句后加上了中文解释，以助读者更好地理解。

总之，这是一本集实用性和系统性为一体的指导性写作读物，主要对象是商务从业人员，以及商学院师生。笔者在历时两个多月的翻译过程中得以体会并初步尝试这套全新的方法，自觉获益匪浅。敬盼各位读者也能从中受益。

本书的绪论以及第1章、第2章、第3章、第6章、第7章由余莹翻译；第4章、第5章、第8章以及附录部分由丛培成翻译。全书由余莹审校定稿。另外，张宁乐、潘泽山、王健在本书的翻译和审校的过程中也提供了鼎力帮助，在此一并表示衷心的感谢！

由于我们的水平有限，翻译工作难免存在错误和不足，敬请读者批评指正。

译 者

2003年9月

目录

译者序	I
导言	1
第1章 理清思路	5
有条不紊的写作过程	5
制定行动目标	5
练习1：一句话概括目标	7
分析目标读者	9
练习2：确定目标读者的个性	13
树立正确的形象	14
练习3：应当采用多正式的沟通方式	21
大架构：使用“游说矩阵”	21
练习4：使用游说矩阵	23
第2章 在纸上或电脑屏幕上撰写初稿	25
优秀的写作开始于清晰的思路	25
选择组织结构	25
练习5：选择组织结构	39
利用提纲法或者“轴辐”法组织思路	43
练习6：将你的想法展现于纸上	47
第3章 撰写高质量的初稿	49
对初稿进行精雕细琢	49
写作过程中时刻想着读者	49
练习7：计算“情感指数”	55
练习8：改写文章，提高“情感指数”	57

MA 66/09

称谓和导言决定文章的语气	60
利用引人注目的导言引起读者的兴趣	63
练习 9: 使用具有时间敏感性的词汇来增强紧迫感	65
撰写简短有力的结尾	67
练习 10: 撰写初稿	71
第 4 章 实用的写作技巧	73
修改时增加文章的可信程度	73
具体化的信息能够增加可信度	73
练习 11: 为概括性表述添加具体内容	75
练习 12: 利用例证将枯燥的信件变得更加生动	78
练习 13: 增加具体内容以帮助读者理解	79
选用最佳的词来表达你的意思	80
练习 14: 利用 FURY 挑选词汇	84
练习 15: 有条不紊地修改	85
第 5 章 修改——让文章更加明确有力	91
简明的信件就是成功的信件	91
策略一: 简洁	91
练习 16: 修改信件, 使其变得简洁	97
策略二: 清楚	99
练习 17: 适当突出重点, 提高明确性	103
策略三: 肯定的语气	105
策略四: 平行结构	106
练习 18: 撰写三稿	110
第 6 章 确定所需的审校方式	116
把校对作为写作程序的一部分	116
了解校对在商务写作中的意义	116
在开始校对前确定审校标准	117
你究竟了解多少? 来做个小测验吧	125
练习 19: 测试自己的知识水平	125

第 7 章 校对——让文章尽善尽美	129
确保你的作品清楚、专业	129
最新的语法和标点规则	129
契合政治潮流的写作	133
运用标点符号使文意明确	134
练习 20: 改写, 明确意思	138
通过准确的语法来体现你的专业水准	139
练习 21: 纠正常见的语法错误	143
做到用词准确	145
练习 22: 练习使用易混词汇	148
大写表示强调	149
练习 23: 正确使用大写	152
练习 24: 你都学会了什么	153
第 8 章 自信的写作	157
综合: 运用三步写作法	157
一套系统的方法	157
步骤一: 理清思路	160
练习 25: 撰写目标	160
练习 26: 分析性格	161
练习 27: 使用“正式性指数”	162
练习 28: 从总体上把握写作任务	162
步骤二: 在纸上(或电脑屏幕上)草拟初稿	163
练习 29: 选择组织结构	163
练习 30: 使用“轴辐”模型	164
练习 31: 撰写初稿	166
步骤三: 修改, 明确文章的意思	168
练习 32: 计算你的“情感指数”, 并按以读者为中心进行修改	168
练习 33: 添加简短有力的结尾	173
练习 34: 增加详细程度	174
练习 35: 根据 FURY 原则挑选词汇	176

练习 36: 计算句子的平均长度	177
练习 37: 使文章意思明了	180
练习 38: 确保文章积极	180
练习 39: 保持平行一致的结构	181
练习 40: 校对以求完美	182
附录一 简化你的文章	191
附录二 正确使用介词	195

导 言

马尔科姆·福布斯(Malcolm Forbes)曾经说过:“一封好的商务信函可以让你得到一次面试机会,帮助你摆脱困境,或者为你带来财富。如果商务信函没有把读者调动起来,反而让他们感到厌烦,最后使你无法实现所愿,这就愚蠢至极了。”

此话的关键在于:如果不能写出优秀的商务信函,你就不可能取得商业上的成功。无论你身处哪个行业、从事何种工作,也不管你的职业成功还需要其他哪些商业技能支持,你都必须学会清楚而有说服力地写出自己的观点。写好商务书信不是仅仅遵循语法规则就可以做到的。你还要深刻体会以下两点:

- ① 你的目的——你希望读者在读完你的文章后做出什么样的反应?
- ② 你的目标读者——如何激励读者如你所愿地做出反应?

大多数商务专业人员都明白,清楚而简练的沟通能力不是一项可有可无的商业技巧——相反,它至关重要。不过,他们往往忽略了一点,那就是,商务写作与他们在学校里学到的那些写作模式并不一样。它不同于科技论文、文学创作或是报刊稿件。而且正如这些文章类型各有一套特定的写作标准一样,商务写作也有特定的规范。一篇优秀的商务书信,娓娓道来却不流于絮叨,平易近人却不过于亲昵,清楚明了却不过分简单,行文专业却不沉闷乏味。本书介绍的三步体系简单易行、便于理解,一定能帮助读者们熟练掌握商务通信的写作技巧。

⑤ 影响决策者,得到你所期望的答复

通过个案研究、案例分析以及动手练习,你能学会运用这个三步模型应对各种媒介形式的交流。你面前的例子就是你日常写作任务的缩影——从电子邮件和互联网页到传统的书面报告,从推销信到催账信,从建议书到便笺。

具体来说,你将学会撰写:

- 电子邮件的主题句——对方在打开邮件前就能对你的信息一目了然
- 建议书——说服对方接受你的观点
- 便笺和信件——简明地表达你的想法
- 互联网页——促进互动
- 工作手册和培训资料——激发学习者的热情
- 报告书——影响决策者

你将学会一套写作策略,以便把当前最成功商务作家的宝贵原则、技巧付诸实践。通过勤奋练习和积极总结,你会发现该如何用笔来说服他人。无论采用何种媒介形式,你都知道该怎样达到以下这些至关重要的商业目标:

1. 激发读者采取某种特定行动(比如,“寻求一对一报价”或者“探求进一步信息”)。
2. 如你所愿地在对方面前树立起适当的形象(比如,保守而专业,或是不拘礼节而又幽默)。
3. 用 2/3 的时间正确无误地准备好所需文件(三步体系简化了写作过程)。
4. 发现哪怕是最不显眼的谬误(特定的校对策略可以使文章达到基本要求之上的标准;不仅打字错误这样的瑕疵难逃法眼,而且在学习纠正一般性错误的过程中,你可以对文章进行严格考量)。
5. 避免犯那些足以损害个人和组织信誉的低级错误(比如一句话不加停顿一顺到底,或是标点符号使用不当)。
6. 吸引读者的注意力,促使他们打开电子邮件或信函仔细阅读(比如,在电子邮件的主题栏或信函的起始句里有针对性地提供有益信息)。

每个从事商务写作的人都将从本书中受益。经验老到的作者们可以从重温写作技巧并找到众多节约时间的诀窍。书里介绍的那些经过实践检验的方法则可以使新手学会迅速有效地进行书面交流。你可以在这里找到清楚而有说服力地表达想法所需的一切写作技巧。通过练习和实践——当然也包括研读练习里的备择选项——你将学会运用这套屡试不爽的三步模型来有效地提高自己的写作水平。

☺ 一套行之有效的办法

在把写作工作分成 3 个截然不同的步骤后,你会发现写作过程变得简单起来,还能找到节约时间的捷径。这 3 个步骤是:

第1步:理清思路

第2步:在纸上(或在电脑上)草拟一份初稿

第3步:修改,使文章意思更加明确

每个章节后都有一些练习题,具有一定难度而又不失趣味性,目的是确保读者们能通过练习来运用学到的写作工具。除此之外,这些练习还能帮你:

- 证明自己能牢记并运用三步模型。
- 明白每个想法都能用多种方式表达出来;这样一来,你就不用为了寻找一种“正确”的写法来表达某种意思而费尽心思了。
- 花更短的时间和更少的精力,写出出类拔萃的作品:你不再需要靠什么“啊哈”来获得写作灵感了。

每章都经过特别的安排,一步一步引导出优秀写作必备的各种知识。这种阐述方法恰恰可以作为一张写作技巧清单,供你在写作过程中对照参考。久而久之,你会发现越经常对照这张单子进行练习,就能越快习惯运用这套写作方法。

这张清单的内容包括:

第1步:理清思路

- ✓ 回答一个问题:“我希望读者读过之后做些什么?”
- ✓ 考察读者的个性特征并参考“正式性指数”对目标读者进行分析。
- ✓ 运用“游说矩阵”来评估写作任务。

第2步:在纸上(或在电脑屏幕上)草拟初稿

- ✓ 理清思路。
- ✓ 运用“轴辐”(Hub & Spokes)模型写出你的想法。之后,选定开头和结尾。
- ✓ 拟订初稿。

第3步:修改,明确文章的意思

- ✓ 利用“情感指数”修改初稿,注意称谓和导言。
- ✓ 加上有力的结尾(考虑是否需要添加附注、附录或是附件)。
- ✓ 使文章具体化。
- ✓ 运用 FURY 原则挑选最合适的用语。
- ✓ 确保文章简明扼要,语气肯定,结构一致。
- ✓ 检查语法、标点符号、词语以及大写的使用。
- ✓ 令稿件更美观。
- ✓ 通读全文。

☺ 一套经过检验并获得认可的体系

我办过各种各样的写作研讨会，与会者一致认为这个三步写作体系行之有效。我本人也在这个领域进行了 12 年的演讲，并一直设法改进这套体系和其中的方法，至今已有上万人参加到了我的项目中来；他们的成功经验证明该体系是行之有效的，同时表明你也可以从中受益。不论你现在的写作水平是高是低，你都能学着写得更好、更清楚、更有说服力——而花费的时间则会更少。

② 有条不紊的写作过程

有效的写作就是用笔下的东西激发读者采取行动。你将在本章中学习如何合理安排自己的思路,做到在写作过程中时刻铭记这个行动目标。先想再写,你就能更好地实现自己的目标。

本章将呈现给你的是一个有条不紊的写作过程,简单易行而且便于记忆。在这里你将学到 3 种工具,它们可以帮你制定目标并对读者进行分析。这 3 个工具是:

1. 回答一个问题:“我希望对方读完这篇东西后做些什么?”
2. 考察读者的个性特征,运用“正式性指数”进行分析。
3. 运用“游说矩阵”审核自己的文章。

② 制定行动目标

要使写作具有针对性,必须掌握的第一个工具就是明确写作目标,也就是你希望对方读了文章后会采取什么行动。制定了行动目标,整个写作就会变得更加简单明了。在写作过程中,时刻牢记最终目标,你就会朝着这个方向去努力。如此一来,有的放矢,也就更容易达到目的。

让我们来看一个例子。你的老板让你出面组织一次夏日野餐,你选好了野餐地点,现在要通知大家。你决定给公司的每位员工都发一封电子邮件。来看看下面这两个目标:

1. I want to inform employees about the date of the summer picnic. (我要通知大家夏日野餐的日期。)
2. I want employees to RSVP regarding the summer picnic by the fifteenth of the month. (我希望在本月 15 日之前收到所有人对这次活动安排

的回复。)

想要让每个员工都做出回复,你就得把具体日期告诉他们;但是仅仅如此还不能促使他们采取行动。

行动目标强调的是你希望得到的反应;被动目标集中体现的则是你的意愿或目标。比如,“to confirm via E-mail(回电子邮件确认)”是一个行动目标,而“to understand my points(明白我的意思)”就是一个被动目标。

每当你心里有了被动目标(比如“to inform”)的时候,你就要把它转变为行动目标(比如“to RSVP”)表达出来。这里有一个简单的方法,那就是问自己一个问题:“为什么我在乎这个呢?”

在上述例子中,给出这个问题的答案自然就能引出你所期待的行动:

I want to inform employees about the date of the summer picnic. (我要通知大家夏日野餐的日期。)

为什么我在乎他们是否接到了通知呢? 因为……

I want employees to RSVP regarding the summer picnic by the fifteenth of the month. (我希望在本月15日之前收到所有人对这次活动安排的回复。)

如果你给老板发了一封电子邮件,告诉他你决定下周二开会,你的目标也许就是让他了解你的工作进展。

但“to update(让他了解)”只是一个被动目标。要把它变成一个行动目标,你就要问自己“为什么我在乎他是否了解最新情况呢?”你的答案也许是:

I want my boss to *tell* me I'm doing a good job. (我希望老板夸我做得好。)

I want my boss to *ask* me to let him know how the meeting went. (我希望老板向我询问会议的进展。)

I want my boss to *congratulate* me on having succeeded in scheduling the meeting. (我希望老板对我成功地安排了会议表示祝贺。)

这些陈述都具有行动导向性:你希望老板做些什么——本例中是 tell(夸奖),ask(询问),或是 congratulate(祝贺)。明确自己希望得到的行动反应可以让整个写作过程变得简单。

有时你的行动目标在于避免一些负面后果。在本例中,你对“为什么我在乎老板是否了解最新情况”的回答可能是:

I don't want my boss to ask me for an update; I want him to perceive

that I'm on top of things. (我不想等老板来问了才告诉他最新安排;我希望他觉得我对工作驾轻就熟。)

阅读练习1中的每个场景,并分别写出主人公的行动目标,适当描述其中每位作者希望其读者采取的行动。如果你发现自己写出来的是个被动目标,就问问自己:“为什么我在乎呢?”这个问题的答案能够帮助你把被动目标变成行为目标。

在每个场景之后都列出了一些写好了的目标句。记住,真正的行为目标有很多种变换形式。如果你写出来的句子能够帮你促使对方采取某种行动,那就是个成功的行动目标。反过来,要是你的句子描述的是某种感情或想法,或者表达了某种意愿,那就难以奏效。在练习写作以及检查自己的作品的时候,心里一定要有行动的概念!



练习1:一句话概括目标

1. 贾斯汀(Justin)所在公司的局域网对公司内部和世界各地的分公司开放。贾斯汀想在其业务部门里申请一个新职位。这个职位比他现在的职位高,能使他和目前的上司平起平坐。而公司规定,职位申请要有目前上司出具的证明信件。贾斯汀决定办理申请事宜时先给他的上司发一封电子邮件。

帮助贾斯汀给这封电子邮件写一句行动目标。

贾斯汀的行动目标可以包括:

- “To receive an E-mail from my boss that enthusiastically endorse my job application.” (“从老板那里收到回信,热心支持我的申请计划。”)
- “To get a phone call from my boss to schedule a time to meet and discuss my job application.” (“接到老板的电话,安排时间约我面谈申请计划。”)

2. 玛丽安娜(Mariana)是一家电信公司的副总裁。她收到一封顾客的投诉信,信里抱怨客服小组成员之一诺曼(Norman)的态度非常恶劣。玛丽安娜想先收集一下信息再回复这位顾客,并决定以书面方式进行询问。她打算直接给诺曼发一封电子邮件,同时将邮件抄送给诺曼的上司。

为玛丽安娜的电子邮件写一句行动目标。

玛丽安娜的行动目标可以包括:

- “To receive from Norman a written explanation of his conduct within