



HOW TO write Successful Fundraising Letters

如何撰写 成功的筹资信

HOW TO WRITE SUCCESSFUL
FUNDRAISING LETTERS

(美)莫尔·沃里克 著 潘泽山 杨 慧 陈颖辉 译



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



如何撰写成功 的筹资信

(美) 莫尔·沃里克 著
潘泽山 杨 慧 陈颖辉 译



机械工业出版社

本书是成功撰写筹资信的方法及技巧指南,内容包括一系列能够帮助您提高写作水平的实用写法和案例。作者针对诸多案例做了精当的分析,对我们了解写作规则,开拓思路、掌握方法具有绝佳的借鉴作用。筹资信写作并不那么乏味,也并非很困难,本书提供的经验非常重要,它能使您的写作更富有成效。

How To Write Successful Fundraising Letters

Copyright© 2001 by Mal Warwick.

All rights reserved. Authorized translation from the English language edition published by Jossey-Bass, Inc. a John Wiley & Sons, Inc. company.

版权所有,侵权必究。

本书版权登记号:图字:01-2001-4900

图书在版编目(CIP)数据

如何撰写成功的筹资信/(美)沃里克(Warwick, M.),
著.潘泽山等译.——北京:机械工业出版社,2004.1

书名原文:How To Write Successful Fundraising
Letters

ISBN 7-111-13609-8

I. 如… II. ①沃…②潘… III. 筹资-应用文-
写作-基本知识 IV. H152.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第114126号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑:曹雅君 版式设计:冉晓华 责任校对:姚培新

封面设计:饶薇 责任印制:闫焱

北京京丰印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

2004年2月第1版·第1次印刷

1000mm×1400mm 1/32·8.25印张·300千字

0 001—4 000册

定价:24.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话(010)68993821、88379646

封面无防伪标均为盗版

修订版序言

如果你想知道本书修订版与初版有何区别，我马上可以列出三点：

- 我们将书的内容重新组织，使修订版更富有逻辑、更流畅。
- 我用心阅读全书，字斟句酌，并增添了一些新的见解。
- 修订版增加了一些新的例子和经过仔细挑选的材料。

在修订版中，我并没有增添太多的内容。本书第1版的读者告诉我说这本书的最大优点在于它紧凑的结构以及在他们需要的时候总能够很方便地找到文章要点。我不希望繁杂冗长而又浅显的实例淹没了这些要点。此外，尽管我的大半生被人们认为是激进的，但是，我的激进是非常谨慎的。因此，如果我认为第一版中所写的段落或者实例现在同样合适并且非常有用的话，我就把它们保留在修订版中。新的并不一定都是好的。

本书的结构

修订版共分4部分。

第1部分首先介绍了成功的筹资信应该如何开头：要注重捐赠者的心理。共分5章来分析使筹资信成功的要素：

- 分析人们为慈善事业及机构捐赠的动机
- 理解筹资者和捐赠者之间关系的变化和发展
- 透彻了解捐赠者对筹资信的看法
- 富有成效的筹资信的特点

为了使以上理论联系实际，在第1部分结尾时对一封成功的筹资信进行了逐段分析。

第2部分分析筹资信的基本组成部分。我们要从非常实际的角度来完成筹资信的写作。这部分涵盖以下内容：

- 在写筹资信之前的准备
- 策划筹资信的八个步骤
- 判断你的筹资请求是否成功的八条主要原则，并附有一张自我评估表格，帮助你根据这八条原则估计筹资信的有效性
- 写筹资信时，在风格、措辞或其他旨在游说收信人捐赠方面应该遵循的实用技巧

第3部分共8章，我们从大量的实例中找出最常见的筹资信，分析它们的独

特之处以及不同的针对性。这部分我们要研究以下类型的筹资信：

- 吸引新的捐赠者
- 确认从新的捐赠者那里得到捐赠
- 请求特别（追加）捐赠
- 请求年终捐赠
- 请求高额捐赠
- 寻求超额捐赠
- 寻求年度捐赠

第4部分是我的一些想法，如果你觉得合适，可以随意采用。这些资料包括了写作误区的种种纠正办法：

- 60句成功的信封广告语
- 54种富有吸引力的筹资信开场白
- 在筹资信中使用“您”的90种方式
- 63种灵活处理文本转折的方法
- 41种有力的筹资信结尾
- 筹资信附言的58种开头
- 15种避免错误以达到预期结果的方法
- 有助于你写出成功筹资信的其他10本书

怎样使用这本书

作为本书的作者，如果你像我一样仔细阅读书中的每句话，我会感到非常满足。但从更实际的角度来说，我相信，你会和本书第1版的读者告诉我的一样，发现这本书还会在其他至少三个方面是非常有用的：

- 当你有写作任务时，本书可以作为实例来源和灵感源泉；除了筹资以外，你可以把它用于各个方面
- 本书为不同类型的筹资信提供了快捷、方便的指导（参见第3部分）
- 本书提供的范本（第4部分的材料）可以帮助你解决写信时可能会遇到的一些棘手问题

致 谢

出版业通常给人这样一种印象，即书通常是由一个人单独完成的，某些情况下，这是正确的。但是，我这本书却不一样，很多人为了这本书作出了重要贡献。

莫尔·沃里克联合公司的主席斯蒂文·希科，建议我根据在艾迪快递公司工作的经验（1999~2000年我在Edit Express负责信件编辑）写一本书；而这本书远远超过了这一点。而且他的影响在这本书中几乎无处不在。他提供的20多条捐赠动机是本书第1部分的起点。更重要的是，十几年来，他一直是我的写作顾问。本书体现了他教我的“为结果而写作”。他逐页评论，不辞辛苦地编辑、修改极其复杂的章节。他还尽量免去我在莫尔·沃里克联合公司里的繁杂的日常管理工作。正因为如此，我才有空完成这本书的写作。

感谢艾迪快递公司的客户慷慨应允我再次出版这本书，他们是：

- “美国合作协会”，华盛顿特区（阿丽莎·格雷维茨、丹妮斯·哈姆勒、俄林·高曼）
- “和平运动组织”，华盛顿特区（彼得·德西、莫尼尔·格林、卡罗尔·渥斯顿）

有三位合作者坚持匿名，所以这本书中的案例分析和实例中我没有提及他们。

但是，第10章至第16章所包含的每封信都是由其他人完成的。许多案例我甚至不知道作者是谁。希望你们明白那些作者不是我。

大部分时间，我的主要贡献在于进行评论（那是相对容易的部分）。

本书的主旨是说筹资信多种多样，每一种对写信人来说都是不同的挑战。为了彰显每种筹资信的特点，我在第7章之前附上了来自于某非营利机构成功的直邮筹资项目的五个表。我想让读者明白，即使是单个的慈善机构，实际上也非常需要撰写本书所描述的各种类型的筹资信，为了达到这一目标，我求助于华盛顿特区的“世界面包组织”（1989年起，该公司成为莫尔·沃里克联合公司的会员）。我要特别感谢大卫·贝克乔尔·安德伍德、艾利斯·本森、戴安娜、亨特以及他们的同事，感谢他们非常合作，慷慨提供本书所需的资料。

第4部分所列的材料代表了莫尔·沃里克联合公司同事们出色的工作。更重要的是，每一创造性的富有成果的进程都是集体智慧的结晶，他们是斯蒂文·希科、比尔·里姆、朱利·利维、博戴拉·艾格、朱迪·瑞曼、玛沙·玛修斯、莉萨·曼斯伯、朱利·维德本斯、切诺·查尔斯、彻利·查斯、雪莉·贝尔以及朗曼·艾伦。

因为比别人提出了更多的建议，朱利·利维和博戴拉·艾格在著名的 Chez Panisse 咖啡店享受了一顿免费午餐。（看到了吧，写筹资信真的很有趣！）

感谢博戴拉·布克和保罗·卡从他们非常繁忙的工作中抽出时间来修改我的手稿。他们重点检查案例分析。多亏他们锐利的眼光以及在筹资信方面的渊博学识，他们发现了手稿中很多不连贯或是不一致的地方。他们细致精妙的评论极大地帮助了我将三年来搜集的一些不相关的材料整合成这本书。真的很感激他们。

如果没有依娜·库珀和朗曼·艾伦的帮助，这本书也不会面世。依娜负责作品的协调工作：朗曼几乎每天都有扫描或打印文稿的任务，并且还要准备很多的影印工作。她们花在这本书上的时间跟我差不多。非常感谢她们。

另外，还有两人不遗余力地帮助我准备这本修订稿。我的编辑乔安娜·瓦德丁，她总是毫无保留地对本书的内容和结构作出精辟的评价。由于她的努力，这本书更完美了。她那独到的编辑眼光和对格式语法的敏感大大减轻了工作的难度，使我更加轻松。

我在莫尔·沃里克的助手基尔伯·阿琳，花了大量的时间巧妙地协调了我那许多杂乱无章的安排和我写这本书给她带来的工作。她的细致、耐心以及通情达理的安排，让我很顺利地完成了这一并不顺利的进程。

还要特别感谢本书第1版的许多读者。是他们让我觉得花在这本书上的时间和精力特别值得。希望这本书能对你为慈善事业和慈善机构筹资有所帮助。祝你好运！

加利福尼亚，伯克利

莫尔·沃里克

2000年12月

引 言

为什么要读这本书？

如果你符合下列情形之一，那么，我将毫不谦虚地向你推荐这本书：

- 你需要为以下机构撰写筹资信：医院、高校、博物馆、卫生机构、社会公益性服务组织、公众利益团体。
- 公共利益拥护团体以及其他任何一家需要资金的非营利机构。
- 你想为你所属的机构筹集到更多的资金。
- 你是一家非营利机构的领导，如执行理事、发展部主任或市场部主任等。
- 你是某家非营利机构的董事会成员之一，并且希望估量一下筹资请求的成效。
- 你的工作涉及到非营利机构的公共关系、广告和市场调查等。
- 你想进一步了解筹资工作。
- 你想学习如何写信以获得期望的效果。
- 你想使你的写作更富有成效。

如果说邮件筹资是一门科学（这个命题有争议）的话，那么撰写筹资信是其中最模糊、最不准确、最不科学的一面。好多人都声称筹资信可以套公式，但我并不这么认为。写这样一本书是一项非常艰巨的任务，因为对一家机构有用的方法对另一家也许作用相反；以前行之有效的方法也许已不适用于现在。

事实上，对大多数人来讲，写作是件很讨厌的任务。但是，总有方法来减少写作的痛苦，使写作不太难，甚至使写作更完美。天赋对写作有很大的帮助，但是，经验也很重要。

多年来，我读过很多筹资信，自己也撰写或编辑了不少，并且作为一个管理者和顾问，我从大量的信件中体会到了很多创意。这些经验使我对筹资信颇有心得，知道什么样的信件有效，什么样的信件无效（并且有时还知道具体原因）。这本书就是本人关于如何撰写筹资信的心得。

在我写的其他书里，我阐述了许多邮件筹资的基本原理：从选择捐赠者名单到与顾问合作，从评估结果到设计和产生邮包，从策略到计划等等。但这本书讲的并不是这些，而是讲写作。我的主题是如何有效地使用书面语言来获得慈善捐赠。

我的职业生涯丰富多彩，写过新闻故事、在杂志上登过文章、科幻小说、连

环画册；我还为报纸、杂志、广播和电视撰写广告；还写过推销信、宣传册、技术手册以及别人和我自己的发言稿——筹资信就不用再说了；另外，还写了八本关于筹资技巧方面的书。我写过小说，也写过散文；写过颂词，也写过幽默；写过长篇的，也写过短篇的。我用三种语言写作，并从一种语言翻译成另一种语言。

但是，尽管写了这么多东西，我并不认为自己是特有天赋的作家。我不是诗人，我的散文不会唱歌。我写不出令人难以忘怀的句子，也写不出永恒的妙语。但是，通过长期的训练和反复的尝试，我终于学会了如何通过写信来获得自己期望的结果。我写这本书希望得到的结果之一是能够帮助你撰写出成功的筹资信。

这本书是成功撰写筹资信的方法技巧指南，包含了一系列能够帮助你提高写作水平的主意和实例。如果你愿意的话，可以把这本书看成是撰写筹资信的全面总结，这可以帮助你面对所面临的挑战有一个正确、全面的认识。

我还有一点期望：希望你喜欢读这本书。我发现，我最喜欢的事情，我会做得最好——即使这些事情可能并不会会有好的结局。我猜想，你们也会发现，如果你写筹资信时越觉得有意思，那么，所筹集到的资金会越多。

筹资信不同于普通信件

尽管本书的题目是筹资信，但是你会发现一些例子指的不仅仅是信本身。这主要是因为人们认为筹资请求主要指的是信本身，信一直是筹资请求的最重要的部分。但是，我认为，信本身并非惟一的部分，其他部分也很重要。筹资信需要封面，另外，你至少还需要其他两样东西：答复设计（有时也称反应设计、卡片、表格等等）和回邮答复信件的信封。如果没有答复设计和方便的回邮方式，那么，大多数筹资信都不会收到捐赠。

初写筹资信的人通常会认为这两样东西不太重要。希望读完这本书后，你会改变想法。事实上，你会发现你需要花与写信本身同样的时间和精力来做这两件事情。

关于本书中的信件

第3部分的7个案例分析中有5个来自于艾迪快递公司的文件（1999~2000年我在艾迪快递公司负责信件编辑）。为了充分了解这5个案例作为实例的价值所在，请看一下我在艾迪快递公司是怎么编辑信件的。

艾迪快递公司负责编辑筹资信，而不是撰写筹资信。在修改时，我尽量对信件本身少做改动。我认为，我的主要任务是增强信件的可读性。尽管作为筹资信的写作者或者筹资人来说，我希望介绍一些新的信息，甚至是采取一种完全不同

的方式重写所修改的信件，但是我通常的做法却是说服自己将所给信件的材料重新组织和排列。（为了更好地理解我这段所表达的意思，请参见表 1-1 显示的修改。我做编辑工作通常都是这类做法。）绝大多数情况下，这种编辑法效果很不错。

即使你的组织与案例所讲的不一样，也能从案例分析中学到一些东西。

本书涉及的机构覆盖了很广的范围——从人类保护环境的努力到反饥饿的游说等。但是，如果你的组织不属于书中描述的任何类型，你是不是觉得研究这些案例没有什么实际意义？或者，你的组织恰好是书中所描述的类型，但你却认为你的组织与书中的描述很不一样，因此，研究这些案例根本没有用。其实，从其他非营利机构所撰写的筹资信中，你可以学到很多。之所以这么说，我有下面三大理由：

（1）你可以了解到写作的基本规则如何用于（或不能适用于）筹资信的写作。基本规则与你的事业或你的赞助者无关。

（2）通过学习其他机构的案例，你可以知道筹资的特殊技巧以及直接营销是怎么在筹资信中体现出来的。这些技巧不会因为机构的类型不同而不同。

（3）抛开你所在机构的工作的细节，通过学习其他机构的案例，你可以提高筹资信的质量。有一句俗语说：“只见树木，不见森林。”如果你看一看别人是怎么做的，“看到森林而不只是树木”就要容易得多。

请相信我的话。我在别人的“森林”里漫游了很久。

这本书的第 1 版花了我三年多的时间。但是，事实上，从 1979 年创立我的直邮筹资公司——莫尔·沃里克联合公司时，我就开始了这项工作；甚至可以说，半个世纪之前，1949 年我在夏令营时向家里发出了第一封“筹资”信时，我就开始了这项工作。我在这本书上投入了很多时间和精力，希望你能从中获得启发。

目 录

修订版序言
致谢
引言

第 1 部分 激发捐赠者捐赠的动机

第 1 章 邮寄捐赠背后的 23 种动机	3
1.1 捐赠动机之一：他们被请求捐款	3
1.2 捐赠动机之二：他们有钱可捐	4
1.3 捐赠动机之三：人们习惯于通过邮寄方式捐款	4
1.4 捐赠动机之四：愿意支持某一类型的慈善机构	5
1.5 捐赠动机之五：捐款具有重要性	5
1.6 捐赠动机之六：紧急因素	5
1.7 捐赠动机之七：捐赠得到认可	5
1.8 捐赠动机之八：得到有形的馈赠	6
1.9 捐赠动机之九：捐赠可使人们对一些重大事件表态	6
1.10 捐赠动机之十：获得接触名人的机会	6
1.11 捐赠动机之十一：对腐败和不公平的事情进行报复	7
1.12 捐赠动机之十二：寻找归属感	7
1.13 捐赠动机之十三：表达自己的观点	7
1.14 捐赠动机之十四：获取内部信息	8
1.15 捐赠动机之十五：了解复杂问题或者感兴趣话题的进展	8
1.16 捐赠动机之十六：体现他们的价值取向	8
1.17 捐赠动机之十七：与志同道合的人近距离接触	9
1.18 捐赠动机之十八：情感释放	9
1.19 捐赠动机之十九：恐惧	9

1.20 捐赠动机之二十：减轻自己的内疚感	10
1.21 捐赠动机之二十一：课税减免	10
1.22 捐赠动机之二十二：人们觉得有义务捐赠	11
1.23 捐赠动机之二十三：“施比受有福”	11
第2章 邮寄式筹资与登门拜访式筹资的异同	13
2.1 登门拜访式筹资	14
2.2 人们如何决定是否拆开筹资信	15
2.3 筹资信如同面对面的谈话	17
2.4 在读者提出问题之前就给予回答	19
2.5 筹资请求遭拒绝的四道关	20
2.6 开始的 20 秒	22
第3章 捐赠者对筹资信的看法	23
3.1 人们的反应	24
3.2 为什么我们要挑令人生气的这样一组人	26
3.3 我从这 10 个人身上所学到的	26
第4章 有效筹资信的特征	29
几种类型的筹资信并不能代表全部	30
第5章 对一封成功筹资信的分析	33
5.1 信封	33
5.2 筹资信	35
5.3 鼓舞信	42
5.4 答复设计	44
5.5 回复信封	46
5.6 从整封筹资信中所学到的	47
5.7 对一封不成功的筹资信的分析	47
5.8 建立与捐赠者之间的良好关系	52

第2部分 撰写筹资信的行动计划

第6章 撰写筹资信之前应该做好的准备	55
6.1 撰写筹资信之前的 20 个重要问题	55
6.2 如何撰写“市场推广观念”	58
第7章 撰写成功筹资信的八大步骤	65
7.1 步骤一：思考“市场推广观念”	65
7.2 步骤二：决定邮包内容	66
7.3 步骤三：起草答复设计	67

7.4 步骤四：写信封·····	67
7.5 步骤五：写开头·····	68
7.6 步骤六：写附言·····	69
7.7 步骤七：小标题和下划线·····	69
7.8 步骤八：写信·····	70
第8章 筹资信写作的主要原则 ·····	73
8.1 八个主要原则·····	73
8.2 还需切记的三件事情·····	86
8.3 评估你所写的筹资信·····	87
第9章 写作在于实用性 ·····	91
9.1 鲁道夫·弗里奇的有效性写作原则·····	93
9.2 实用性文章与记叙文或报道写作的区别·····	95
9.3 有趣的开端·····	98

第3部分 针对各种需求设计不同的筹资信

第10章 吸引新的捐赠人——与陌生人的近距离接触 ·····	101
10.1 求助信与其他筹资信的区别·····	104
10.2 案例研究：宾夕法尼亚西部保护协会的求助信·····	104
第11章 欢迎新的捐赠人——给他们家一般的感觉 ·····	115
11.1 欢迎信与其他筹资信的区别·····	119
11.2 寄送欢迎邮包的六大原因·····	119
11.3 案例研究：美国合作协会的“欢迎加盟邮包”·····	121
第12章 寻求特别捐赠——实事求是介绍情况 ·····	141
12.1 特别筹资信与其他筹资信的区别·····	141
12.2 案例研究：公共事业机构的特别筹资信·····	144
第13章 请求年终捐赠——充分利用度假好心情 ·····	151
13.1 年终筹资信与其他筹资信的区别·····	151
13.2 案例研究：希伯来妇女团体的年终捐赠请求·····	154
第14章 寻求高额捐赠——为获得高额捐赠设计方案 ·····	161
14.1 高额请求信与其他筹资信的区别·····	164
14.2 案例研究：旧金山艾滋病基金会·····	164
第15章 寻求超额捐赠——说服捐赠者额外捐赠 ·····	173
15.1 捐赠人升级请求信与其他筹资信的区别·····	173
15.2 案例研究：人类保护环境组织按月捐赠邀请·····	177
第16章 寻求年度捐赠——建立长期的忠诚，一年一次 ·····	185

16.1 更新信与其他筹资请求信的区别·····	185
16.2 案例研究：和平行动组织会员资格更新系列·····	188
第 17 章 感谢你的捐赠人——建立友谊先于筹资 ·····	207
17.1 为什么要写感谢信·····	209
17.2 国内顶级的邮寄筹资者如何感谢他们的捐赠人·····	210
17.3 案例研究：感谢信的优秀范例·····	212

第 4 部分 信件撰写者的工具箱

附录 A 60 句成功的信封广告语 ·····	217
附录 B 54 种富有吸引力的筹资信开场白 ·····	227
附录 C 在筹资信里使用“您”的 90 种方式 ·····	229
附录 D 63 种灵活处理文本转折的方法 ·····	233
附录 E 41 种有力的筹资信结尾 ·····	237
附录 F 筹资信附言的 58 种开头 ·····	239
附录 G 15 种避免错误以达到预期结果的方法 ·····	241
附录 H 有助于你写出成功筹资信的其他 10 本书 ·····	247

第 1 部分

激发捐赠者捐赠的动机

第 1 部分共有 5 章，分析成功撰写筹资信的要素：

- 分析人们为慈善事业及机构捐赠的动机
- 理解筹资者和捐赠者之间关系的变化和发展
- 透彻了解捐赠者对其收到的筹资信的看法
- 富有成效的筹资信的特点

为了使以上理论联系实际，第 1 部分第 5 章对一封成功的筹资信进行了逐段分析。

邮寄捐赠背后的 23 种动机

你的筹资信要说服收信人作出令人感到诧异的事情：掏腰包把钱拱手送人。这的确有点违反常理。

为了实现这一看似不可能的目标，你必须从捐赠者心理的角度出发。你要暂且忘掉所属机构的筹资需求，转而关注收信人的需要、愿望和兴趣。你的任务就是打动他们，促使他们捐赠。

商界直销人员认为，捐赠的背后有“五大动机”，即：恐惧、赶时髦、内疚、私欲和愤怒。然而事实往往更为复杂，在我看来，至少有 23 种动机能促使人们对筹资信作出积极的回应。利用任何一种动机，都可能成为你成功的关键，要促成一次捐赠，往往同时需要几个动机结合在一起。

1.1 捐赠动机之一：他们被请求捐款

民意测验及相关调查反复证实了这一条最基本的捐赠动机：“我捐赠是因为他们有求于我。”此外，调查还表明，捐赠人乐于处于被请求的地位。但是，捐赠人通常对捐赠请求的次数不太在意。这在一定程度上解释了为什么通过直接邮寄方式进行筹资的机构，反复请求积极响应的捐赠者追加捐款，并且几乎每次都能获得成功。撰写筹资信的时候，应牢记上述事实。不要因为要钱而羞于启齿，底气不足。