

商务英语 新概念

New Concept English For Business

周立人 著



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

商务英语新概念

New Concept English For Business

周立人 著



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

商务英语新概念/周立人著. —上海:立信会计出版社, 2010. 7

ISBN 978-7-5429-2554-1

I. ①商… II. ①周… III. ①商务—英语
IV. ①H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 138402 号

责任编辑 方士华
封面设计 周崇文

商务英语新概念

出版发行	立信会计出版社	
地 址	上海市中山西路 2230 号	邮政编码 200235
电 话	(021)64411385	传 真 (021)64411325
网 址	www.lixinaph.com	E-mail lxaph@sh163.net
网上书店	www.shlx.net	Tel: (021) 64411071
经 销	各地新华书店	

印 刷	上海申松立信印刷有限责任公司
开 本	890 毫米 × 1240 毫米 1/32
印 张	9
字 数	247 千字
版 次	2010 年 7 月 第 1 版
印 次	2010 年 7 月 第 1 次
印 数	1 — 3 000
书 号	ISBN 978 - 7 - 5429 - 2554 - 1/F
定 价	18.00 元

如有印订差错, 请与本社联系调换

前 言

随着经济全球化进程的推进与深入,各国经济上的依存度不断提升,中国作为一个发展中的大国,其对外贸易对本国经济和世界经济的贡献率也在日益增大。在这样的时代背景下,提高从事外经贸工作的人员的素质理所当然地成了一项紧迫的任务,对人才培养的规格也提出了新的要求。商务英语,作为沟通世界经济的主要手段之一,它的地位和重要性尤为凸显。

然而,令人遗憾的是:商务英语的教材建设长期以来几乎一直滞后于世界经济飞速发展的步伐。其主要原因除了在政府有关职能部门、高等院校和外贸企业之间缺乏一种建设性的协作机制,还在于缺少一种与时俱进的教材设计新思路。

对外经济贸易大学的王关富等人在《商务英语初探》一文中指出:“教材对于商务英语学科的发展和教学的成功是至关重要的。没有合适的教材,提高教学质量恐怕很难做到。目前,教材方面存在的问题主要是不少实用技能类课程的教科书内容已相当陈旧或难以适应国际商务的不断变化。”这里提到的“实用技能类课程”其实就是指“商务英语”教程。

另外,随着《进出口贸易实务》教程内容的不断修订,“商务英语”教程的相关内容似乎也应该作相应的调整,否则,教材必定会出现老化的现象。

关于商务英语的定义,Leo Jones 和 Richard Alexander 在《剑桥国际商务英语》考试丛书中曾经给“Business English”(商务英语)作了如下的界定:

成语言学提出了关于“语言能力”和“语言应用”的理论,指出:掌握和运用语言是人类与生俱来的天赋,人类能根据自身心灵中语言的“潜在结构”创造出无穷无尽的句子。他和当时的许多社会语言学家和心理语言学家都认为,只注重语言形式的听说法把语言教学变成了一种机械的、毫无生气的句型操练,脱离了语言应用的实际环境和语言使用者的创造性。J. Piaget(皮亚杰)的认知心理学则系统地阐述了思维的创造力在学习中的作用,进一步动摇了听说法的理论基础。20世纪60年代后,在“自觉实践法”的影响下,外语教学渐渐突出“交际功能”,认为语言活动的最终目的是满足人们交际的需要,运用语言是一种交际能力。因此,将在具体的实践中掌握外语,在真实的情景中运用外语,当作基础外语教学的首要原则。于是,以情景为中心,将语言作为整体结构进行听说活动,强调声形并茂的“视听法”(也称“情景法”)应运而生。在商务英语教学领域,由J. Firth等人主编的 *British Banking, The Bellcrest File* 等教材和配套视听材料着重于商业环境中英语听、说、读、写等交际技巧的培养,要求学生在习得基础英语知识和技能之后,将这些知识和技能成功地运用于现实的商业情景之中。到了20世纪70年代,“功能法”问世,它是以语言功能项目为纲,全面培养学生交际能力的一种教学方法体系。它提出了 communicative competence(交际能力)和 common core(语言共核)等概念。商务英语教学也跟随这一发展趋势,开始越来越着重于语言功能的训练。Knowles 和 Bailey 编写的 *Functioning in Business* 是代表这种趋势的一套教材。步入20世纪80、90年代和21世纪后,商务英语教学在保持自身“专业化”特色的同时,继续从基础英语教学的理论与实践汲取宝贵的经验,使教学水平不断提高。就拿我国来说,在厦门大学和上海对外贸易学院等地举办的历届“全国高校国际商务英语研讨会”都积极探索商务英语教学新路子,从而实现语言教学和商务专业教学的有机结合。

其实,商务英语教学长期以来之所以以基础英语教学为依托,之所以开始越来越重视语言的实践性和交际性,是因为不管商务英语如何随着国际商务的发展而变化(这些变化可以是诸如进出口实务等内容

方面的,也可以是语言由繁到简等形式方面的),但它都不会违背英语语言的基本规律,都尊重语言的“共核”问题。诚然,商务英语有一套有别于普通英语(English for General Purposes, EGP)的词汇或术语,例如 enquiry(询问)一词的商业含义是“询价”,offer(提供)一词的商业含义是“发盘”,quotation(引言)一词的商业含义是“报价”,document(文件)一词的商业含义是“单证(单据)”等。然而,商务英语绝对不是商业词汇或术语的堆砌和随意组合。教师在教学的过程中,不仅要讲授语言点,而且还要把语言的应用能力(包括写作的连贯表达能力和翻译的程序设计能力等)作为着眼点。虽然现代商务英语教学常常有计划地安排和组织一些模拟业务活动,如经贸洽谈、信用证办理、投保、银行招标、业务纠纷仲裁等,但这只是给学生创造一个仿真的情景,目的是借助这些辅助教学手段来提高学生应用语言来进行交际的能力。正如上海对外贸易学院王兴孙教授在《对国际商务英语学科发展的探讨》一文中指出的:“从教学实践来看,学生基础英语的根底如何,对他们学好商务英语起着决定性的作用。正如‘根深才能叶茂’,没有英语语法、词汇、句型等的扎实根基,商务英语的‘枝叶’就不可能‘茂盛’。商务英语实际上是教授学生如何在商务环境中应用英语的能力。学生在学习或毕业后实际工作中暴露出来的问题,不少属于基本错误。因此,不但在基础英语教学阶段要打好语言根基,到了专业英语阶段,仍然应该贯彻语言训练这条主线。”^①

再说,英语教学的各个阶段以及各个阶段的各类课程之间存在着一定的互通性和互补性。尽管各类课程的内容不同,教学的侧重点也各异,但最终的目标都是为了夯实学生的语言基本功。譬如:学生先在翻译课里习得“逆序翻译法”,能迅速地将来“His delegation appreciated the fact that UNDP was prepared to respond to emergency needs as they rose, despite the basically long-term operations that characterized

^① 上海对外贸易学院:《商务英语教学探索》,上海交通大学出版社 1997 年版,第 5~6 页。

those programs.”译为：“尽管那些项目大都属于长期的业务运作，但联合国开发计划署也有自己的应急预案；对此，他的代表团表示赞赏。”在上商务英语课时，就会自然而然地把“It is reasonable to provide for payment of the credit in hard currency as well, if the traditional export goods are not available.”逆着原文的句法排列，从后往前逐片翻译成：“在不能用传统出口商品偿还的情况下，用硬通货偿还贷款，这是合情合理的。”此处所引例子就是教育心理学所说的正迁移(positive transfer)，即一种学习对另一种学习产生的积极的影响。创立“同化理论”的奥苏贝尔(D. P. Ausubel)认为，教学应该促使学习者头脑中已有知识(包括图式)形成良好的内部组织结构，也就是将不同的表征形式简化为一种编码，使之能够随时迁移到新知识的学习过程中，从而提高学习的效率。^①又如：学生先在英语写作课上学会了用 with 十一个名词性短语来代替一个(并列)句子，从而使整个语句显得简洁而活泼——A slow upturn is all that can be expected in Europe in the second half of this year with a full recovery postponed until next year. (句中 with a full recovery postponed until next year 代替 and a full recovery will be postponed until next year)。到了学习商务英语阶段时，就能得心应手地写出 The manufacturer has accepted the order with a commitment to a delivery of 200 sets per month beginning from January next year. (句中 with a commitment to a delivery of 200 sets per month ... 代替 and promised to deliver 200 sets per month ...) 这样的好句子。因此，必须在合理配置各种课程(尤其是基础英语和商务英语)的课时比例的同时，充分挖掘课程的内在资源，实现课程功能的最大化。

最后简单地介绍一下本书的一些基本特点。

《商务英语新概念》的单元基本上是按外经贸业务进展的程序编排的，而跟这些课文匹配的练习起到巩固和强化所学到的知识(特别是提

^① D. P. Ausubel et al, Educational Psychology: A Cognitive View. OUP, 1978, p. 128.

高撰写商务信函的技能)的作用。在配套练习的设计中,尽可能地突出专业性和实用性,同时着眼于学生交际能力的培养。在教学过程中,我们或许会发现学生在做各种各类的与基础英语相关的习题时往往得心应手、游刃有余,而一旦撰写业务信函就变得束手无策、错误百出。造成这种现象的原因当然是多方面的,如长期的应试型教育往往更多地强调陈述性知识的掌握,忽略了程序性知识的应用;对学生的启始能力和终点能力缺乏一套科学的评估体系等。因此,本书在编排配套练习时尽可能突出通篇信函翻译能力的培养,这种能力是程序性知识的应用能力之一,以便强化学生的连贯性思维。此外,考虑到经济与外贸的快速发展对包括统编教材在内的各类商务英语课本都提出及时改进和升级的要求,本书毫无保留地摒弃了那些陈旧、过时的内容,尽可能使全书体现出生动活泼的时代气息。

德国教育家第斯多惠在《德国教师教育指南》中指出:教师“应年复一年大力地精简教材,最后达到必不可少的最低限度。”我国教育家叶圣陶说:教师“尤宜致力于‘导’。导者,多方设法,使学生能逐渐自求得之”。遵循这一思路,本书还尽可能地简化内容,突出重点,同时贯彻“导”的原则,以便让学生进入叶圣陶所说的“能够自己去探索,自己去辨析,自己去历练”的境界。

周立人

2010年6月

于上海理工大学

目 录

第一单元	商务英语函电的写作要则与文体格式	1
第二单元	商务英语函电的行文特点与翻译技巧	13
第三单元	建立或保持业务关系	30
第四单元	了解和提供与业务相关的情况	40
第五单元	询价、回复及对回复的答复	52
第六单元	报价和报盘	60
第七单元	还盘和答复还盘	70
第八单元	形式发票	82
第九单元	推销函	92
第十单元	定单和对定单的答复	101
第十一单元	支付方式	110
第十二单元	商品的包装	124
第十三单元	货物的运输保险	137
第十四单元	货物的装运	148
第十五单元	售后服务和索赔	161
第十六单元	业务代理	176
第十七单元	对外加工装配	189
第十八单元	补偿贸易	200
习题参考答案		212
现代教育心理学原理在经贸英语教学中的应用(代后记)		271

第一单元

商务英语函电的写作 要则与文体格式

一、商务英语函电的写作要则

撰写商务英语函电是对外贸易必不可少的业务活动之一。对外贸易通常要涉及大量的进出口方面的事项,如建立业务关系、报盘、还盘、订货、支付、保险、装运等,而这些事宜不仅需要信函来处理,而且需要信函来确认。

一般来说,撰写商务英语函电必须遵守下列几项要则。

(一) 完整而简洁

所谓“完整”,不仅指信函格式中的各个组成部分(如发信人的地址和发信日期、收信人的地址和收信人的称呼以及事由、开头语、正文、结尾客套语、签名、编号等)必须保持完整,而且更重要的是指信函的内容不可丢三落四。例如,在某篇信函中写有: For the goods under our contract, we have booked space on a vessel which is due to arrive in London. 显然,这句话中漏写了商品的品名和数量、合同的编号、轮船的名字以及轮船到达伦敦的时间。

所谓“简洁”,并不是指为了图快捷方便而省略一些不该省略的内容,而是指在文体上应该避免铺张啰嗦、拖泥带水,尤其是要杜绝商业性八股文。请看下面这封信函(正文):

Dear Sirs,

With reference to your letter of December 2, 20 ... we are

的商务信函教材就对文字提出了‘通过信函进行谈话’(holding a conversation by post)的要求,有的教材也开宗明义引用了这一观点,但遗憾的是:时至 20 世纪 90 年代中期,我们的教材中 acknowledge receipt of, enclosed please find, please be advised, contents of which were duly noted, at your earliest convenience, under separate cover ... 等陈旧用法,可以说俯拾即是。”^①张春洪所提到的现象,在目前流行的不少商务英语函电教材中不乏其例,有的甚至还反反复复地出现。

(二) 清晰且具体

“清晰”是对信函的结构、文脉以及句意的表述提出的要求。一篇完美的信函通常严格按照规范化的布局来谋篇,正文逻辑思维严密,段落层次清楚,上下语气贯通,承启转合自如,观点一目了然,读起来既不会有佶屈聱牙之感,也不会有晦涩难懂之处,更不会产生模棱两可的意思。例如,下面是一篇撰写得较为出色的关于撤销 1 000 打短裙销售合同的信函:

Dear Sirs,

It is with the deepest regret that we ask you to reconsider our Contract No. 0238 for the supply of 1,000 dozen Short Skirts.

We are quite upset at the news that on account of shortage of high-grade materials, our manufacturers are unable to produce the goods up to the quality as required. It should be understood that it is against our wish to use inferior materials even if the quality of the products would not be much affected. We, therefore, think it advisable to inform you of the true facts and ask for cancellation of the above-mentioned Contract, which cannot be executed according to our original arrangements.

^① 上海对外贸易学院:《商务英语教学探索》,上海交通大学出版社 1997 年版,第 72~88 页。

We shall be much grateful if you can understand our position under the circumstances beyond our control. Meanwhile, we feel it necessary to point out this should be treated only as case of exception.

Yours faithfully

“具体”是指在对待和处理一些重要业务事宜时,应当努力做到该详细说明或陈述的内容千万不能遗漏。例如,在一封以“接盘”为主旨的信里,不能为了贪图方便、省力而笼统地表达自己愿意接受报盘的意向,而应该不厌其烦地将交易的各项条件(如有关支付、保险、包装、装运等方面的条件)一一具体地重申一遍,以避免往后可能产生的争议。因为一旦寄送出接盘函(针对实盘的接盘函),只要对方收到,即对双方都具有法律上的约束力。

(三) 诚信且谦让

诚信和谦让是经商者最起码的道德规范。中国传统文化尤其以“诚信和谦让”而闻名。《礼记·中庸》曰:“诚之者,人之道也。”“君子诚之为贵。”《论语》曰:“与朋友交,言而有信。”“人而无信,不知其可也。”《周易》上说:“谦也者,以恭以存其位者也。”“君子以虚受人。”《礼记》云:“让礼一寸,得礼一尺。”《管子》云:“善气迎人,亲如兄弟。”等等。因此,在开展对外贸易(包括撰写商函)的过程中,充分展示和弘扬这些中华民族的美德不仅有助于增进外商对中国的了解,而且也会让各项业务得以顺利、友好地进行。

诚信,具体地说,就是在撰写各类不同主题的信函时,都要经过一番深思熟虑,下笔之前应该先作反复权衡与论证,绝不能事后出尔反尔、不守信用。谦让则是指撰写信函的态度。具体地说,就是不能总是以自我为中心,盛气凌人。要多考虑对方的意向与要求,设身处地地替对方着想,为对方排忧解难。如果在具体业务中发生争执或纠纷,应该本着友好协商的原则解决存在的分歧。

除了上述三点外,扎实的外贸理论与实务方面的知识、准确无误的

符合英语语法、文体学和语用学要求的表述能力以及良好的业务素质和心理素质等都应该成为商务英语函电写作必不可少的要件。

总而言之,撰写商务英语函电是一种实践性很强的操作性的业务。只要不断地训练,并且细心揣摩,自能得其三昧。

二、商务英语函电的文体格式

商务英语函电的结构按惯例可以包括如下方面:

(1) 信头(the letter-head),它通常由发信人(一般为一家公司)的名称、地址以及发信日期等组成。日期的具体位置可以根据信头所采用的格式来确定。外贸公司的信笺通常都印有信头,其中不但包括公司的名称和地址,还有公司的电话、传真以及该公司经营的业务、往来银行、法人代表等。打印信函时,只需在日期线(date line)上填上日期就行了,如需要还可以添加编号(references)。日期中的年份不能使用简写;月份不能使用数字,但可以使用英语月份的缩写,如用 Oct. 代替 October;日期既可以使用 1、2、3、4、5……也可以使用 1st、2nd、3rd、4th、5th……以 2009 年 11 月 18 日为例,其写法有:

November 18, 2009

November 18th, 2009

18 November, 2009

18th November, 2009

如果没有现成的印好信头的信笺而需要用白纸撰写信函时,就必须把发信人及其地址和发信的日期等一起打印在信纸的右上角,其格式可以采用每行取齐的齐头式(blocked style),每行结尾一般不用标点符号:

Messrs. Longmans Green Company

6 Clifford Street

London, SW463 IY, England

November 1, 2005

门牌号码与街名之间通常不用逗号隔开,但城市名与国名之间必

须用逗号隔开(城市名后面的英文字母或数字一般表示邮区的编号)。

(2) 信内地址(the inside address),它通常由收信人(一般为一家公司)的名称和地址组成,位于信笺的左上方,在信头的下面,从左边边线起打印。信内地址必须写得详细且同信封上的地址保持一致。如果公司的名称较长,可以分为两行,第二行缩进两格。如果收信人是个人,其姓名必须使用全名,前面可以冠以某部门的职位头衔或一般的称呼。收信人的地址应该严格按照收信人所在国家或地区的惯例排序。例如,英语国家排序惯例为:门牌号码、街名、城市名、区号、国名等。信内地址通常位于称呼(抬头)的上方。信内地址主要是为了便于发信人在发信时将它与信封上的地址核对,避免将信放错信封,而且不论对发信人还是对收信人来说,也便于存档和查找。信内地址的格式和信头的格式基本上相同。

另外,公司名前冠以 Messrs. (法语“先生”的复数形式)是常见的客套。Messrs. 通常仅用于以人名为公司名的公司。如果在 Messrs. Longmans Green Company 的前面添加 c/o (= care of),则意味着该信函必须由该公司转交给某人。收信人(个人)的全名必须打印在第一行:

Mr. Henry Smith
c/o Messrs. Longmans Green Company
6 Clifford Street
London, SW463 IY, England

如果发信人希望收信的单位尽快地把信函交到某经办人的手里,可以在信内地址的最后一行的下面添加 For the Attention of ... (可以居中,但必须在称呼之上空两行打印并且加下画线,有时也用 Attention)例如:

Messrs. Longmans Green Company
6 Clifford Street
London, SW463 IY, England

For the Attention of Mr. Richard Morris

如果不知道具体的经办人是谁,则可以用“Manager”、“Sales Manager”等代替人名。

(3) 称呼(salutation),称呼又叫做“抬头”,一般位于信内地址下面,与信内地址隔开两行,并且与信内地址齐头。商务函电常用的称呼有: Dear Sirs(美国英语多用 Gentlemen,而且前面不加 Dear)。称呼后面通常使用逗号(美国英语常用冒号,或不用标点符号)。如果信函是写给个人的,称呼使用单数,如: Dear Sir(但不用 Gentleman),若不知道收信人的性别则可以用 Dear Madam or Sir。

(4) 事由(the caption or the subject heading),它主要起到昭示信函主题的作用,如: Packing for Ready-made Garments, Your Order No. 3265 for 5,000 Pairs of Sneakers 等。它通常位于称呼下面,与称呼间隔开一至两行,文字可使用下画线且置于信函的中央。事由的设计应该简明扼要,让人一目了然,以便能够将该信函及时地交到经办人的手里,也为存档和往后的查阅带来便利。前面可以加上“Re:”,意为“关于……事宜”。

(5) 正文(the body of the letter),它是信函的主体,通常可分为若干段落来写,每段表达一个主旨,这样做可以使信文显得层次清晰。而且每段的内容不宜太长。信文的措词可以依据不同的对象或情形灵活掌握。如果信中所述的内容比较多,文本无法用一页纸打完,可以续页,但每张续页的上方应该注明收信人的名称、日期和页数。例如:

The National Machinery Import and Export Company,
March 29, 2003 p. 2.

而且,续页一般不能使用印有信头的信纸,最好使用颜色、大小、纸质等都与第一页相同的纸张。to be continued 可加在信函第一页最后一行下面的右边,而在下一页尽可能另起一段。

(6) 结尾客套语(the complimentary close),商务英语函电的结尾客套语有好几种写法,最常见的有: Yours faithfully, Yours sincerely, Yours truly 或 Faithfully yours, Sincerely yours, Truly yours 等。它

的具体位置必须依据不同的格式来定,一般位于信函结尾句(the closing statement)如 We hope to receive your early reply 的下面,与结尾句间隔一行,首字母必须大写。结尾客套语一般应该同称呼保持一致,如:在英式英语里 Yours faithfully 对应着 Dear Sirs, Dear Madam or Sir;而在美式英语里 Yours sincerely, Yours truly 对应着 Dear Gentlemen 等。

(7) 签名(signature)。签名应该使用发信人单位负责人的全名,并且应该采用手签,不宜用图章代替。签名的上方或下方必须事先打印好签名人的全名和职务(包括单位的名称)。代签时,必须在签名的下方有所说明。签名的大致格式为:

For The Overseas Trading Co., Ltd.

Patrick Harris

(Signature)

Managing Director

如果在单位的名称前有 Per pro. 的字样,其意思基本上与 For 相同,即由某人代表某单位签名。

此外,有些信函视情况还可以增添附件(enclosure)、附笔(postscript)等内容。如若增添附件,必须在信函的左下角标明 Encl. 或 Enc., 或 Enclosure 并且注明附件的名称及份数。附笔一般用来表达信文中不宜表达或写信时遗忘的细节,例如:

P. S. We are pleased to know that the president of your company will attend the ongoing 95th China Export Commodity Fair held in Guangzhou next week.

(我们很高兴得知贵公司总裁将于下周来我国参加即将举办的第 95 届广交会。)

以下是一篇按齐头式格式打印的信函样例(后面各单元的信文示例均采用齐头式):

Upholstery Company
19 John Street
London, WCIN 2HY, England
November 5, 2001

Home Installations Co. , Ltd.
26 Xiyue Street
Foshan 528000
Guangdong Province, China

Dear Sirs,

Re: Bathroom Showers

In reply to your enquiry of October 26, we are pleased to enclose herewith a detailed quotation for Bathroom Showers of various specifications, together with our latest illustrated catalogue.

Besides the items advertised in the Builders' Journal, the catalogue covers a wide range of other bathroom fittings now available from the stock, all parts of them being replaceable.

To tell you the truth, many contractors in Malaysia and Singapore have sent us letters recently commenting that our bathroom fittings are easy to install and excellent in quality. Should your first order amount to or exceed US Dollars 10,000 in value, you will be granted a special discount of 2%.

We assure you that any orders you place with us will receive our prompt attention.

Yours faithfully
Francesco Freeman
Sales Manager