

内容英语

Content English

○主编：井升华 ○编者：井升华 井俊

规章·契约类

包罗万象的实用英文百科

原汁原味的精选文书范例

全套丛书包含近1000篇文书范例

涉及近100个内容英语分类

外语教学与研究出版社

FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS

内容英语

Content English

◎主编：井升华 ◎编者：井升华 井俊

规章·契约类

H315

431

:8

2007

外语教学与研究出版社

FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS

北京 BEIJING

图书在版编目(CIP)数据

内容英语：规章·契约类 / 井升华主编. — 北京：外语教学与研究出版社，2007.1

(内容英语)

ISBN 978-7-5600-6122-1

I. 内… II. 井… III. 英语—应用文—写作 IV. H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 121669 号

出 版 人：李朋义

责任编辑：韩 蜜

封面设计：彭 山

版式设计：李 萌

出版发行：外语教学与研究出版社

社 址：北京市西三环北路 19 号 (100089)

网 址：<http://www.fltrp.com>

印 刷：北京京师印务有限公司

开 本：880×1230 1/32

印 张：7.875

版 次：2007 年 1 月第 1 版 2007 年 1 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5600-6122-1

定 价：11.90 元

* * *

如有印刷、装订质量问题出版社负责调换

制售盗版必究 举报查实奖励

版权保护办公室举报电话：(010)88817519

序

井升华教授把“内容英语系列丛书”大稿送交外研社时，叫我为之作序。我翻开一看，立刻被它的内容之全面、例证之翔实、英语之地道、文体格式之规范惊呆了。井升华教授真是位有心人、细心人、有条理的人、讲究实用的人，是位有学问的人。

我非常同意本书的编写理念：内容重于一切；靠内容取胜。外语教学只重语言本身不重内容的路子是走不远的，也是很难成功的。许国璋先生曾说：“眼睛不要盯着那几句英文。希望我们的学生既有理工的素质，又有文科、法科的教育，要把对自然和社会的神秘感，化为对自然和社会的理性认识。”

本系列的英语实用文门类齐全，应有尽有，可谓是一部百科，一套长期有用的工具书。

更全面地讲，该系列丛书可满足多种要求，它集语言、百科知识和语言使用规则于一身，用真实的范本诠释着一切。我们知道，只懂语言而无知识，语言只是空壳；只懂语言而不知道使用规则，会出国际大洋相。这就要求外语学习者必须是文化人，是懂中西社会文化的人，只有这样才称得上是有造诣的人。

本系列丛书适用于一切英语学习者、使用者和研究者，几乎谁都可以从中受益。他们可以学到规范，可以学到得体的语言，可以学到知识，还可以学到社会文化。这是对大学英语教科书的极好的补充。常言说，书到用时方恨少。有些实用文

本，真到用的时候，那才叫踏破铁鞋无觅处。本套丛书在手，得来全不费工夫。

读者打开书一看便知，我的“序”和所谓的推荐之辞都是多余的，是苍白无力的。还是让书的内容自己讲话吧。



北京外国语大学
中国外语教育研究中心
2005年8月1日

前言

为什么称“内容英语”？这要从本千年起始世界上最大的媒体集团时代华纳（Time Warner）被美国在线（AOL）兼并说起，兼并后的名称为“美国在线时代华纳”（AOL Time Warner），可见当时网络的地位和重要性。“美国在线时代华纳”曾被称作世界上最大的内容媒体集团。可是3年后，2003年10月16日又更名为“时代华纳公司”（Time Warner Inc.）。“美国在线”从公司名称中消失了，公司还是合并后的公司，“在线”这个重要时髦的字眼却被删除了。原公司总裁和首席执行官 AOL 的史蒂夫·凯斯（Steve Case）辞职（2003年5月16日生效），迪克·帕森斯（Dick Parsons）担任公司新总裁和首席执行官。这样，时代华纳反过来“吞了”美国在线。这个变化不管出于何种需要或原因，笔者认为，这从一个侧面说明内容后来居上，压倒了“美国在线”网络，内容终于“吞”了网络平台，内容崛起已引起世界的广泛重视，内容已变成传媒业发展的重要因素。美国传媒巨头迪士尼公司曾提出“内容为王”的原则。可以预见，今后内容产业将在国际贸易中占据非常重要的位置。

既然内容已（或者即将）成为如此重要的一个产业，书名使用“内容英语”也似乎名正言顺了。

现在人们离不开书籍、报刊、电台、电视和网络等媒体，

而这些传媒要赢得读者、听众、观众和网民又离不开其内容。今天，内容越来越重要。传媒或文化产业公司不仅已经或将要不可避免地变成内容供应商、内容批发商和内容零售商，还会出现充当内容中介的内容经纪人，并展开激烈的市场竞争。他们靠内容赢得读者，靠内容赢得听众，靠内容赢得观众，靠内容赢得网民。一句话，靠内容取胜！内容或文化产业将会在人们不知不觉中成为最大的产业。

总之，已经到了要重视内容的时候了。然而，外语学习类和工具类书籍直接以“内容”命名还未曾见到。这使编者萌发了编写集各种内容的英语实用文为一体的“内容英语系列丛书”的想法。

“内容英语系列丛书”的读者对象可以很广泛。对于参与对外交往和从事对外贸易的企业的商贸人员以及对外演出经纪人，各种实用文体给起草撰写一些合同、协议、信函和证明等提供可模仿的样例。对于学习实用英语的广大英语学习者，本套丛书的实用文体有利于其阅读上述文献资料。对研究和了解英语国家文化的各种研究人员，本套丛书亦有参考价值。例如，现在我国有关专利、商标和版权的知识产权涉外纠纷开始增加，如何应对以及涉及哪些相关实用文，读者可以从《知识产权类》查找；从《婚姻·法律书状类》的一些实例可以了解英语国家涉及婚姻等文化方面的知识。这些是一般文学作品和“英美概况”中学不到的内容。此外，在网上查找一些英语实用文时，有本套丛书的帮助可以使读者很快找到要查找的内容，而且书中的类似实例以及提供的参考译文、注释和写作说明等可以帮助读者看懂查到的内容。因为，相同内容的实用文在用词、造句上有很多地方是十分相似的。

本系列丛书可以作为有志扩大自身英语词汇范围的读者的学习用书或参考书，还可以使读者在扩大词汇量的同时，不知不觉地学到很多有实用价值的东西。

通过学习本系列丛书提供的一些实用文，读者还可以了解到一些平时不多见的英语国家的社会现象，例如：家中教育

(home education/home school)、汽车跳蚤市场(car boot sale)和慈善销售(jumble sale)等。本系列丛书还可让读者了解在美国提出结婚申请后只可领结婚许可证,举办婚礼后方可获得结婚证书等与中国文化的不同之处;出境旅游在我国方兴未艾,读者可以从本系列丛书提供的异国、异地交换住房协议、交换汽车协议和交换电脑协议等实例中得到启示。类似的实例在本系列丛书中比比皆是,读者可以各取所需。上述各种内容实例也可以为诸如文体学研究、语用研究、词汇及语汇研究等英语语言研究和分析提供例证。

本系列丛书是一套可以使读者从中学使用到大学、再从大学使用到职业生涯中去的工具书。全套书共10个分册,提供17大类、涉及100多个内容、总共1000多个实例的实用文。

常用英语实用文从某种程度上讲没有时间性,因为尽管科学技术在发展、时代在前进,实用文中会涉及到某些高新技术方面的术语,但一些实用文的格式、文体以及约定俗成的语言不会有很大变化。

考虑到书名是“内容英语”,因此,体例上以内容为编排的主要依据。但由于实用文范围极广,本丛书一至五分册按内容编排,如礼仪类、会议·学术交流类、婚姻·法律书状类、知识产权类和金融·经贸类;六至十分册按其形式或文体编排,如告启类、单据·证件·证明类、标记·广告·促销类、申请·表态类以及规章·契约类。读者可以按内容查找。例如,“住房租赁协议”是在“协议”部分,还是在“租赁”部分?从内容上看,它涉及“租赁”,从文体上看,它是“协议”。如果在本系列丛书目录里有“租赁”内容,也有“协议”章节,以内容为主要依据,就在“租赁”里;如书中目录没有“租赁”章节,而有“协议”章节,那就从“协议”相关分册查找。再如,“咨询服务合同”是放在“咨询”类,还是放在“合同”类?原则是看书中是否有“咨询”内容的目录;如有,则置于“咨询”类下面,如没有,那就在“合同”相关分册查找。每个分册书后均提供本册实例的英文名称索引。

为了帮助读者阅读实例，每个实例后均提供参考译文或者注释。对于图表类以及篇幅较长的实例，为了节省篇幅仅提供难句和涉及术语的注释；其他实例均向读者提供参考译文。考虑到注释要有原文和译文，这对有的实例来讲反而占用较多篇幅，提供注释还不如提供译文简便。因此，具体某实例，是提供参考译文还是注释，依上述情况而定，在体例上同时存在。

编者认为，对于学习外语、要掌握外语的绝大多数人来讲，外语只是一门工具，而掌握这门工具的目的，从某种程度上讲，阅读和使用本系列丛书这类实用文是一个重要方面。

在当今这个信息时代、互联网时代，人们天天上网浏览新闻和各种信息资料，接触五花八门的实用文。然而要看懂和运用各种实用文，甚至因为对外宣传的需要，要起草一些英语实用文并不是人人都能轻而易举就做到的。即使是英语专业的学生、从事英语语言工作多年的专业人员也不敢说可以得心应手。例如，旅游部门要设计一份英文的“某地几日游”，从格式到具体语言如何设计，需要有参照的样本。在本系列丛书中就可以找到这样的实例，它告诉你如何设计格式和使用语言等。

编著这样的系列丛书仅仅是一种尝试，既然是尝试就不可能一开始就很完善。从选材来讲，英语实用文是“建章宫殿，千门万户”，难免会“偏向”或“不公正对待”某些实用文。

本套丛书绝大多数语言素材是原汁原味的，选自英美为主的英语国家，只有极少数选自《中国日报》等国内出版物。实例多来源于英美出版的百科全书、互联网、英美报刊以及英语国家公共场所随处可见的一些广告宣传品（brochures）等，也包括笔者和笔者的朋友参与对外交流的证件（credentials）和信件等。在此，要感谢那些允许我在本系列丛书中使用一些有他们照片和姓名的笔者的朋友。

特别要感谢北京外国语大学刘润清教授欣然为本套丛书作序。

参加编写的还有井俊，他主要参与搜集素材和本套丛书部分分册的注释工作以及全书插图的电脑制作等。

井升华

2006年5月于南京

体例说明

全套丛书共分为 10 个分册，按分册、大类、章、节和实例编排。

类、章、节开头有的有简短介绍。每一章或节包含若干实例，每一实例按以下项目编排：“实例编号（分册）+ 实例序号”、“实用文名称”、“参考译文”和/或“注释”以及“写作说明”等。其中前三项是共有的，其他项体例根据实际需要设立。

信函类实例，对每封信的写信人姓名、地址、日期以及收信人姓名、地址、日期等多作省略处理，以节省篇幅；只有少数因考虑对了解一些特殊信函格式或翻译有用而保留。参考译文中对相应部分也作同样处理，只保留信函正文的参考译文；信函中的称谓和结尾，除了有翻译和格式上的实用意义的名称和表达外，原英文和中译文一般也作省略处理。

因选材多为样例（sample），故没有真实人名、地名、日期及时间等（少数除外），涉及的数据也经过改动或不是真实数据。

本系列丛书检索方法：

1. 目录检索。从分类目录找出所要类别，再从章节目录找出查找内容的实例，然后依据目录中注明的页码找到实例所

在位置。

2. 索引检索。每册书后有供查找的英文索引，条目后注明的是实例编号，例如：A Reply to Invitation（回复邀请）1—23，这表明该实例为第一分册第 23 个实例；Thank-you Letter（感谢信）1—8/9 表明“感谢信”在第一分册的第 8 和第 9 个实例。

目录

第一章 规定·规则	1
假日规定	
Regulations for Holidays 10-1	1
旅馆或汽车旅馆规定	
Hotel or Motel Rules 10-2	2
带薪休假规定	
Regulations for Fully Paid Vacation 10-3	3
月工资发放规定	
Monthly Salary 10-4	5
周工资发放规定	
Weekly Salary 10-5	6
CTA 乘车卡使用规定	
CTA Transit Card Regulations 10-6	7
旧货市场规定条款	
Conditions for Consent to Hold a Car Boot Sale 10-7 ...	
.....	11

限制公司名称出售规定

Sale of Firm Name Limitation 10-8	16
---	----

驾驶执照的暂扣和吊销规定

Suspension and Revocation of License 10-9	17
---	----

违章驾驶积分制度

Point System 10-10	22
--------------------------	----

违章停车及其处罚规定

Instructions of Parking Summons 10-11	24
---	----

使用标识的准则和限制

Guidelines and Restrictions for Using the Logos 10-12	29
---	----

第二章 章程 32

研究生会章程

GSA Constitution 10-13	32
------------------------------	----

公司章程

Articles of Incorporation 10-14	36
---------------------------------------	----

工资委员会章程

Compensation Committee Charter 10-15	44
--	----

第三章 协议·合同	48
翻译出版中文版合同	
Contract for Translating & Publishing Chinese Edition	
10—16	48
翻译协议	
Translation Agreement 10—17	58
出版协议 (1)	
Publishing Agreement (1) 10—18	65
出版协议 (2)	
Publishing Agreement (2) 10—19	80
出版社合同	
Publisher's Contract 10—20	83
电子出版协议	
Electronic Publication Agreement 10—21	85
音乐服务合同	
Music Service Contract 10—22	88
演出合同	
Engagement Contract 10—23	90
演出预约协议	
Booking Agreement 10—24	94
艺术作品转让协议和记录	
Transfer Agreement and Record 10—25	96

节日演出协议

Festival Entertainment Agreement 10—26	98
--	----

联合主办统计会议协议

Joint Venture Agreement for the Joint Statistical Meetings (JSM) 10—27	106
---	-----

独家代理协议

Sole Agency Agreement 10—28	114
-----------------------------------	-----

买方契约

Buyers Charter 10—29	119
----------------------------	-----

意向书

Heads of Agreement 10—30	122
--------------------------------	-----

补偿贸易协议书草案

Draft Agreement on Compensation Trade 10—31	125
---	-----

技术转让协议

Technology Assignment Agreement 10—32	129
---	-----

修改协议

Amendment to Agreement 10—33	137
------------------------------------	-----

宠物领养协议

Pet Adoption Agreement 10—34	141
------------------------------------	-----

年度贸易议定书

Year Trade Protocol 10—35	144
---------------------------------	-----

入学协议	
Admissions Agreement 10—36	149
合伙用车协议	
Carpool Agreement 10—37	151
合伙用车规则和协议	
Carpool Rules and Carpool Rider Agreement 10—38	154
交换住房协议书	
Home Exchange Agreement Letter 10—39	156
汽车交换协议	
Car Exchange Agreement 10—40	161
宠物照看协议	
Pet Care Agreement 10—41	162
电脑使用协议	
Use of Computer Agreement 10—42	164
电话使用协议	
Use of Phone Agreement 10—43	166
合资协议	
Joint Venture Agreement 10—44	167
一般条款	
General Terms and Conditions 10—45	172