



新基点(New Benchmark)全国高职高专院校商务英语系列规划教材

NEW BENCHMARK

国际商务函电

(第二版)

International Business Letters

(Second Edition)

主编 李宏亮 廖雄英 陈锦阳



对外经济贸易大学出版社
University of International Business and Economics Press

新基点 (New Benchmark) 全国高职高专院校商务英语系列规划教材

国际商务函电

(第二版)

主 编	李宏亮	廖雄鹰	陈锦阳	
副主编	方军霞	王志娟	吴建晓	杨 慧
参 编	康春晓	邱嘉瑛	唐 婧	吕丹丹
	顾国栋	董玉好	胡建成	

对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务函电 / 李宏亮, 廖雄英, 陈锦阳主编. —2 版. —
北京: 对外经济贸易大学出版社, 2014

新基点 (New Benchmark) 全国高职高专院校商务英语系列规划教材

ISBN 978-7-5663-1076-7

I. ①国… II. ①李… ②廖… III. ①国际商务 - 英语 - 电报信函 - 写作 - 高等职业教育 - 教材 IV. ①H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 136048 号

© 2014 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

国际商务函电 (第二版)

李宏亮 廖雄英 陈锦阳 主编

责任编辑: 李 丽

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 260mm 印张 千字

2014 年 月北京第 版 2014 年 月第 次印刷

ISBN 978-7-5663-1076-7

印数: 0 001 - 0 000 册 定价: 00.00 元

出版说明

“新基点 (New Benchmark) 全国高职高专院校商务英语系列规划教材”是对外经济贸易大学出版社联合全国重点职业学院的骨干教师推出的一套全新的商务英语系列教材。本套教材适用于全国高职高专院校英语专业商务/应用/外贸英语方向以及财经类专业的学生。

目前高职教育提出了“工学结合、项目为中心、案例驱动教学、边讲边练”为核心理念。本套教材就是贯彻这个理念,着眼于提高学生实际操作能力和就业能力的目的,采取了模块化、多案例、互动式、重实训的编写方式,让学生在理论够用的基础上,在实训环节上有所突破。

我国高职高专教育的培养目标是以能力培养和技术应用为本位,其基础理论教学以应用为目的、够用为尺度、就业为导向;教材强调应用性和适用性,符合高职高专教育的特点,既能满足学科教育又能满足职业资格教育的“双证书”(毕业证和技术等级证)教学的需要。本套教材编写始终贯彻商务英语教学的基本思路:将英语听说读写译技能与商务知识有机融合,使学生在提高英语语言技能的同时了解有关商务知识,造就学生“两条腿走路”的本领,培养以商务知识为底蕴、语言技能为依托的新时代复合型、实用型人才。

本套教材包括《商务英语综合教程》(1~4册)、《商务英语听说》(1~2册)、《商务英语口语》(1~2册)、《国际商务报刊选读》、《商务英语写作》、《商务英语翻译》、《国际商务函电》、《国际商务谈判》、《国际商务制单》、《国际商务英语模拟实训教程》、《商务礼仪》、《英语应用文》、《跨文化交际》、《英美概况》、《旅游英语》、《酒店英语》、《物流英语》、《财经英语》、《文秘英语》、《会计英语》、《餐饮与服务英语》、《劳动与社会保障英语》等。本套教材不是封闭的,而是随着教学模式、课程设置和课时的变化,不断推陈出新。

本套教材的作者不仅具有丰富的商务英语教学经验,而且具有本专业中级以上职称、企业第一线工作经历、主持或参与过多项应用技术研究。这是本套教材编写质量的重要保证。

此外,本套教材配有教师用书或课件等立体化教学资源,供教师教学参考。

对外经济贸易大学出版社

2014年1月

再版前言

随着世界经济的飞速发展,国际交流的广泛化和多样化的步伐不断加快,为了适应新形势的发展和用人单位对从业人员的要求,本课程要打破传统的外语教学理念,大胆改革以语言知识点为主要教学内容的教学目标为以培养具有较强的英语实用能力+扎实涉外专业知识的外语人才为主要目标,以适应我国加入 WTO 后对涉外人才的需求,使学生不仅懂得外贸英文函电的基本知识,并能熟练地加以运用。

本书的编写正是在上述前提下应运而生。它是对外经济贸易大学出版社《新基点商务英语高职高专系列教材》之一。本书是受对外经贸大学出版社委托,浙江经济职业技术学院联合广东交通职业技术学院、浙江横店影视职业学院、衢州中专等院校与杭州福牛贸易有限公司、好利威实业有限公司、浙江温州时步贸易有限公司、海赢中国贸易有限公司等进出口经营企业进行的一部探索“校企合作、中高职衔接”、外贸专业岗位能力本位的教材;是浙江省高校访问工程师项目“基于浙江省外向型区域经济特色的商务英语专业职业能力核心能力研究(FW2013139)”和浙江省教学改革项目“外贸电子商务人才培养模式的创新研究——以专业群建设为依托(JG2013395)”的成果之一。

编写中按照教育部《关于加强高职高专教育教材建设的若干意见》的要求,本着理论知识“必须、够用”为度、以“加强实践教学环节、注重学生职业能力培养”等宗旨,和“细化教学目标为应知、应会目标”的原则进行编写。

编写内容与结构:本书参照外贸业务实际结合教学规律共分为5大模块15个单元,内容编排按照外贸业务操作步骤、由浅入深:模块一(M1):商务函电知识;模块二(M2):外贸洽谈业务;模块三(M3):外贸合同执行;模块四(M4):综合技能实训;模块五(M5):**Skills training**(单元技能训练)。模块二(M2)与模块三(M3)每个单元编写又具体分为10个环节:即**Study Aims**(应知、应会目标),**Lead in**(业务知识导入),**Writing Skills**(写作技巧),**Key Sentences Patterns**(核心句式),**Case Study**(案例学习),**Notes**(注解分析),**New Words and Expressions**(生词表达),**Task Practice**(实训任务),**Business Link**(商务链接),**More to Practice**(课后实践)。

编写特色:(1)校、企、行合作,中高职院校联合编写(2)案例教学与任务实训结合(3)融英语语言能力运用与外贸业务知识和相关单证内容(4)图文并茂,内容仿真性。本书集知识性,实践性,真实性于一体。编写重点突出,内容新颖,简明扼要,科学有趣,易学易练。

值得一提的是本书的**Business Link**部分不但是正文的相关补充,而且增加了外贸订单、合同、信用证、信用证修改通知书等样例,非常实用,还有很多有趣的、前沿的知识,使本书的可读性较强。

授课建议:1. 把握每单元的学习目标(应知和应会),力争转化为学生的应会实践能

力体现；2. 每单元可安排 4~6 课时；3. M2 和 M3 的每单元含 4 封样信，其中 2 封为案例学习，2 封为实训任务，教师可根据授课对象，灵活安排教学内容。

编写任务：本书由李宏亮、廖雄英、陈锦阳任主编并负责全书的策划和统稿。方军霞、王志娟、吴建晓、杨慧任副主编。具体分工如下：李宏亮负责第 8、9、10 单元，廖雄英负责第 6、7 单元及附录 II、III，陈锦阳负责第 2 单元，王志娟负责第 1 单元，方军霞负责第 15 单元以及附录 I，吴建晓 5、13 单元、杨慧、康春晓负责第 3、4 单元，唐婧负责第 11、12 单元，邱嘉瑛负责第 14 单元，吕丹丹负责附录 IV、V 并参与本书部分单元的商务链接的编写。单元技能训练部分李宏亮负责第 1~5 单元，廖雄英负责第 6~10 单元，唐婧负责第 11~13 单元，邱嘉瑛负责第 14 单元，方军霞负责第 15 单元。另外来自国际商贸企业一线的人员也参与了本书的素材提供、资料汇编：顾国栋、董玉好、胡建成等。

本书从收集材料到正式出版，其过程历经艰苦，在此向如下人员深表谢意：

感谢英语教育界的教授、感谢外贸企业界的从业人员和专家，感谢银行界的专业人士！

感谢对外经济贸易大学出版社的宋海玲、李丽、沈德军等出版界的朋友们！

本书的编写过程中，参考了大量的相关书籍和资料，在此也一并表示感谢！

由于本书编者水平有限，书中难免有缺点和错漏之处，恳请专家和读者，尤其是高职一线的教师和外贸行业专家人士批评指正。

编 者

2014 年 1 月

Contents

Unit 1	Basic Knowledge of Business Communication	1
Unit 2	Establishment of Business Relations	15
Unit 3	Enquiry	29
Unit 4	Offer	43
Unit 5	Counter-offer	57
Unit 6	Acceptance and Order	71
Unit 7	Business Contract	85
Unit 8	Payment	101
Unit 9	Letter of Credit	115
Unit 10	L/C Examination and Amendment	129
Unit 11	Shipment	145
Unit 12	Insurance	159
Unit 13	Packing	173
Unit 14	Complaints and Claims	185
Unit 15	Integrated Business Negotiation Skills Practice	199
Skills Training		209
附录 I	《外贸英文函电（国际商务函电）》课程能力标准	247
附录 II	国际商贸常用术语表达	257
附录 III	世界部分国家或地区货币	261
附录 IV	世界各国大银行名称	263
附录 V	中国主要进出口公司及机构	265
参考文献		268

Unit 1

Basic Knowledge of Business Communication

Study Aims

应知目标

1. To understand writing principles and language characteristics.
2. To be familiar with parts of business letters.
3. To be familiar with structures of business letters.
4. To learn three writing formats of business letters.
5. To learn how to write an envelope.

应会目标

1. To be able to recognize parts of business letters.
2. To be able to recognize three writing formats of business letters.
3. To be able to write a business letter in proper structure.
4. To be able to write an envelope.

Lead in

- There are a lot of means of business communication. Besides face-to-face communication with your customers, you also need some written forms of communication to contact with the outside world and conclude a deal. Written communication in business plays an important role in an age of electronic communication. Its advantages are as follows:
 - 1) To keep a record of all important facts for ready reference;
 - 2) To decrease the cost of negotiations;
 - 3) To rush the long-distance communication conveniently;
 - 4) To be much clearer compared with oral expression;
 - 5) To solve daily problems efficiently, etc.
- Nowadays millions of business letters are being sent by fax or email to carry out business routine, such as E-commerce involving offering, ordering, enquiring, payment and complaints. All these are on the basis of writing skills in business letters.

Good writing can lead you to gain more opportunities. It is also the stepstone to success. Otherwise bad writing may cause misunderstanding, conflicts, even miserable business war. So when you write business letters, you should be careful enough to express your meaning in correct words and expressions. This unit is intended to develop skills in writing such good business letters.

Parts of Business Letters

一封完整商务信函由若干部分构成，目前众说纷纭，没有形成统一的定论。不过根据其重要性来划分，一封完整的商务信函可以分为七个主要部分和七个次要部分。

I. Seven Principal Parts（七个主要部分）

主要部分，顾名思义是必不可少的部分。因此，一封商务信函至少应该由以下七个部分构成。

1. Letterhead（信头）

信头是写信人的地址和姓名。它主要包括写信人的公司名称、街道名称、城市名称、国家名称、邮政编码等，还包括写信人的电话号码、传真号码以及电子邮件地址等信息。值得注意的是，英文地址的书写顺序由小往大，示例如下：

Jameson & Sons Ltd.
34 Madison Square
Melbourne E.C.2.
Australia
Tel: +61-2-70525345
Fax: +61-2-70525345

2. Date（日期）

每封信都必须标明日期，包括日、月、年。日和年可用阿拉伯数字书写。日期一般有两种写法。如果日期是2008年8月9日，可以写成：August 9, 2008，日和年之间最好用逗号隔开；还可写为：9 August, 2008。值得注意的是月必须用英文书写，不要出现以下的形式：8, 9, 2008；或9/8/2008，以免混淆。

3. Inside Name and Address（信内地址和姓名）

信内地址和姓名是指收信人的地址和姓名。收信人的地址和姓名相当重要，它包括收信人的姓名、收信人的职位或头衔、公司名称、街道名称、城市名称、国家名称、邮政编码等，书写顺序也是由小往大，但是最好要在姓名前加上头衔或称呼，如：

Mr. Goe Smith
Jameson & Sons Ltd.
34 Madison Square
Melbourne E.C.2.
Australia

4. Salutation (称谓)

称谓一般位于信内地址下面空一行处。如知道收信人的姓名或性别,如男性可称 Dear Mr. Goe Smith, 如女性,无论对方婚否,都可称之 Dear Ms. Mary White。如不明确收信人的姓名或性别或人数,可称 Dear Sirs, Dear Ladies and Gentlemen, 如只知收信人为某一人,可称 Dear Sir or Madam。

5. Body (正文)

内容部分可书写在称谓或主题下面,可包括开头语、正文及结尾等,正文是信函的主体,是写信人给收信人提供详尽的信息,表达写信人意愿的部分,通常一个段落表达一个意思。

6. Complementary Close (结束语)

结束语是内容之后的客气话,类似于中文信函的“此致,敬礼”部分。常见的结束语有: Sincerely, Sincerely yours, Yours truly, Yours faithfully, Yours, Best regards 等。必须注意的是只有第一字母必须大写。结束语一般位于内容下面空一行处。

7. Signature (签名)

常用签名包括四部分,即公司名称、写信人的手写签名、写信人的打印签名、写信人的职务或头衔。如:

ABC Co., Ltd.

John Smith

John Smith

General Manager

II. Seven Optional Parts (七个次要部分)

次要部分,又称为可选择部分或辅助性部分。因此,写信人可根据自身的需要,有针对性地选择若干个次要部分添加在信函中,目的是使该商务信函更加具体、清晰。这七个次要部分如下:

1. The Reference Number (编号)

编号一般可位于信头下面空一行处。形式可如下:

Our ref. 123

Your ref. 45

目的是使写信人和收信人都快速地联想起前几次相关函电。

2. The Attention Line (注意项)

注意项是提醒该信函应提交给某特定的人或该公司某部门。形式可如下:

For the attention of Mr. Joe Brown

Attention: Mr. Joe Brown

Attention: Mr. Joe Brown

3. Subject (主题)

主题的意义就在于使收信人一目了然明白信件的内容,可以使主题字母全部大写或加下划线,也可用以下几个词,如:

Subject: ORDER NO12

Re: ORDER NO12

4. Enclosure（附件）

附件指随信附寄了文件或物品，可写为：

Enclosed is my resume.

Enclosure: A Resume.

Enc.: A Resume.

如附寄多个文件，则须加上编码，

如 Enclosure 3; Enc. 3; Encl. 3

1. A Resume

2. A Picture

3. A Letter of Reference

5. Initial Indentation（首字母缩写）

如果信函的签名人和打印人不是同一人，有必要在信函中标明的，通常在签名下方直接写上签名人和打印人的姓名的首字母缩写。

如：经理 Joe Brown 为签名人，秘书 Alice Green 为打印人，可缩写成 J. B. (sales manager)/A.G. (typist)

6. The Copy Line（抄送）

抄送栏的主要目的是使收信人明白还有其他人收到相同的文件或信函。其形式如下：

C : for copy

Cc: for carton copy

7. Postscript（附言）

如在核查信件的正文部分时发现遗忘而希望表达的语句，可以在签名之后加注附言。但是，为了避免混乱，现代函电当中一般不提倡使用附言。其形式如下：

P.S.: The sample will be sent to you on May 11.

Layouts of Business Letters

There are three main layouts of business letters:

一般说来，英文中有三种信函书写格式。即：缩进式、齐头式和综合式。

1. Indented Style（缩进式）

Indented style is the traditional British practice with the heading usually in the middle and the date on the right-hand side. The complimentary close and signature may be in the center or commence at the center point. The first line of each paragraph should be indented.

缩进式即是一种传统的英式写信格式，它就是信头居中，日期居右，结束语和签名可居于中右，每个自然段落首行缩进 4~6 个字母。

格式如下：

(1) Letter head	(2) Date
(3) Inside name and address	
(4) Salutation	
(5) Body	
***** *****	
(6) Complementary close	
(7) Signature	

Example 1

ABC Trading Co. 188 Newton Palace New York	
Tel: Fax:	
	May 9, 2013
M.J. Marks, manager 30 Arlington Cambridge	
Dear Ms. Mark, Thank you for your enquiry in your letter of Apr 25 for our T-shirts. We are now sending our quotation sheet for your selection. We also enclose a sample and are sure that you will be satisfied with their fine quality. Hope to serve you soon. Yours sincerely, John Smith	

2. Block Style (齐头式)

Block style is now the most popular practice of displaying business communication. The letterhead is usually in the middle. Its remarkable feature is that all typing lines, including those for date, inside name and address, salutation, subject, each paragraph and complimentary close, begin at the left-hand margin.

齐头式是一种现代最时尚的写信格式。它最明显的特征就是打印格式，即除了信头居中外，所有部分如日期、信内姓名和地址、称谓、主题、每个段落及结束语等都从左顶格

书写。

格式如下：

(1) Letter head (2) Date (3) Inside name and address (4) Salutation (5) Body ***** ***** (6) Complementary close (7) Signature
--

Example 2

ABC Trading Co. 188 Newton Palace New York Tel: Fax: May 9, 2013 M.J. Marks, manager 30 Arlington Cambridge Dear Ms. Mark, Thank you for your enquiry in your letter of Apr 25 for our T-shirts. We are now sending our quotation sheet for your selection. We also enclose a sample and are sure that you will be satisfied with their fine quality. Hope to serve you soon. Yours sincerely, John Smith

3. Modified Style（综合式）

Modified style is the mixture of the above two styles. The letterhead is usually in the middle. The first line of a paragraph is lined up with the left margin, but date, closing and

signature are indented.

综合式是以上两种写作格式的混合体。也即是信头居中，每个自然段落的首行都从左顶格书写，但日期，结束语和签名等都要求缩进书写。

(1) Letter head	(2) Date
(3) Inside name and address	
(4) Salutation	
(5) Body	
***** *****	
(6) Complementary close (7) Signature	

Example 3

ABC Trading Co. 188 Newton Palace New York Tel: Fax:	May 9, 2013
M.J. Marks, manager 30 Arlington Cambridge	
Dear Ms. Mark, Thank you for your enquiry in your letter of Apr 25 for our T-shirts. We are now sending our quotation sheet for your selection. We also enclose a sample and are sure that you will be satisfied with their fine quality. Hope to serve you soon.	
Yours sincerely, John Smith	

Writing Principles of Business Letters

◆ Completeness (完整)

A business letter is successful and effective only when it contains all the necessary

information to the readers and answers all the questions and requirements put forward by the readers.

所谓完整就是要在商务信函中尽可能包含收信人需要的所有信息以及回答发信人提出的各种问题, 这样才算有效而成功的信件。

◆ Concreteness (具体)

A business letter should be specific, definite instead of being vague, general and abstract.

一封商务信函应该具体、明确, 而不要模棱两可、泛泛而谈或者很抽象。

e.g. a) we wish to confirm our fax sent yesterday.

b) We confirm our fax of Sep 10, 2006.

分析: b) 句比 a) 句要具体得多。

◆ Clarity (清楚)

It is wise for a writer to make himself understood well by using clear expressions and simple words.

写信人使用清晰的表达和简单易懂的词汇是使他人明白自己意思的明智做法。

e.g.

A	B
metropolitan	big city
render	give
finalize	finish
demonstrate	show

分析: B 组用词比 A 组用词要清楚易懂得多。

◆ Conciseness (简洁)

A concise letter can save time and costs for both writers and readers.

简洁的信函为写信人和收信人节约了时间和成本。

e.g.

A	B
At this time	now
Come to a decision	decide
For the purpose	for
For the reason	since, because
In most cases	usually
At an early date	soon

分析: B 组表达比 A 组表达要简洁得多。

◆ Courtesy (客气)

Courtesy here refers to polite expressions and sentences in letter writing.

客气是指在写信中使用礼貌婉转的表达和句式。

e.g.

a) We cannot deliver the goods all at one time.

- b) I'm afraid we cannot deliver the goods all at one time.
- c) You ought to have accepted the offer.
- d) It seems to us that you ought to have accepted the offer.

分析: b)和 d)句比 a) 和 c)句表达要客气和礼貌得多。

◆ Consideration (体谅)

An effective business letter is written on the basis of putting yourself into your readers' shoes. You'll be better understood if you consider readers' attitude and feeling much more than yours.

一封高效的商务函电是基于从收信者的角度出发写作而成的。如果多考虑对方的态度和感觉, 那么别人就会更好地理解你。

A

"We" attitude

We allow a 5% discount...

We are pleased to announce that...

B

"You" attitude

You earn a 5% discount when....

You will be pleased to know that....

分析: B 组表达比 A 组表达显得更加体谅对方。

◆ Correctness (正确)

The reader gets meaning out of what is said and how it is said in the letter. So the writer has to make his letter correct and proper including its grammar, structure, and even spelling.

读信人从信中读取内容及了解内容是如何陈述的。因此, 写信人必须保证书写内容正确、语言得体, 包括语法结构以及拼写等方面。

e.g.

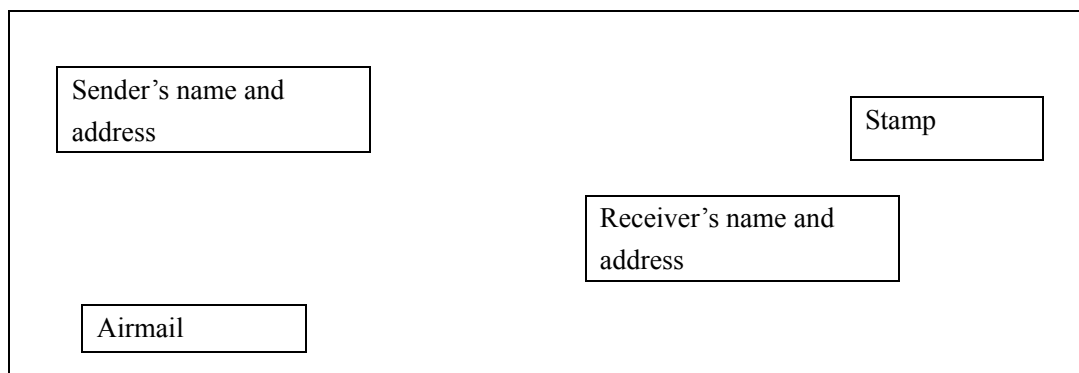
- a) This product is absolutely the best on the market.
- b) This product is the best one we can offer.

分析: b)句表达比 a)句表达要得体得多。

Envelope Addressing (信封的写法)

There are two basic requirements of envelope addressing: accuracy and clearness.

Layout:



e.g.

China National Chemicals Imp. and Exp. Corp. 318 Qingchun Road, Qingchun Mansion Hangzhou, Zhejiang China	Stamp
	President John Gates ABC Co., Ltd. 156 Madison Street London U.K.
Airmail	

Email Addressing (电子邮件的格式)

e.g.

Email 1

From: prettygirl@yahoo.com (BCD Co., Ltd.)
To: coolboy@hotmail.com (ABC Co., Ltd.)
Date: Jan 8, 2013
Subject: order
Attachment: Purchase order
Dear Sir or Madam: Thank you for your email of Jan, 8. We appreciate your cooperation and are pleased to confirm the order as follows: 50 tons of first-class coffee at US\$500 per ton CIF Shanghai, for shipment in May, 2013. Enclosed please find our Purchase Order NO.123 and return one signed copy ASAP. We are arranging the L/C establishment with Bank of China, Hangzhou when we receive the above mentioned Purchase Order in time. Yours faithfully, Mary BCD Co., Ltd.