



21 世纪高等学校
经济管理类规划教材

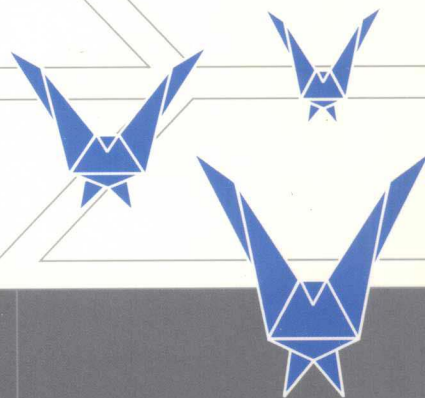
高校系列

ENGLISH LETTER FOR FOREIGN TRADE

外贸英文信函

+ 谭燕 主编
+ 凌振春 副主编

覆盖外贸主要流程，精心设计教学内容
扩展外贸专业词汇，提供大量实用句型
精选外贸信函案例，设计多样课后练习



ECONOMICS
AND
MANAGEMENT



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

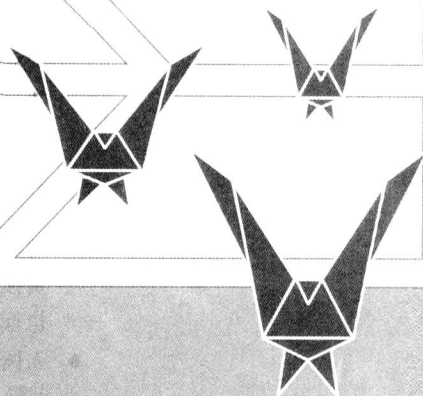


21 世纪高等学校
经济管理类规划教材
高校系列

ENGLISH LETTER FOR FOREIGN TRADE

外贸英文信函

+ 谭燕 主编
+ 凌振春 副主编



ECONOMICS
AND
MANAGEMENT

人民邮电出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

外贸英文信函 / 谭燕主编. — 北京: 人民邮电出版社, 2013. 2
21世纪高等学校经济管理类规划教材. 高校系列
ISBN 978-7-115-30191-8

I. ①外… II. ①谭… III. ①对外贸易—英语—信函—写作—高等学校—教材 IV. ①H315

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第017076号

内 容 提 要

本书结合对外贸易和国际商务往来的需要,对国际贸易环节中英文信函的各种行文方法、格式、专业词语及常见表达句型等进行了全方位的内容整合和介绍。全书共分十六单元,涉及国际贸易各主要环节的信函内容,每单元包括“开篇简介”、“信函范例”、“信函注释”、“常用短语”、“常用句型”、“练习”以及“单证样本及信息”等。

本书适合作为高等院校国际贸易专业、国际商务专业及其他经济管理类本专科在校生的教学用书,也可作为外贸英语信函的培训教材。各企事业单位从事外贸业务的人员也可通过此书来了解和掌握外贸信函写作的内容和技巧。

21世纪高等学校经济管理类规划教材——高校系列

外贸英文信函

◆ 主 编 谭 燕

副 主 编 凌振春

责任编辑 武恩玉

执行编辑 王 伟

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号

邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本: 787×1092 1/16

印张: 12.5

2013年2月第1版

字数: 282千字

2013年2月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-30191-8

定价: 29.00元

读者服务热线: (010)67170985 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

前言 Forward

进入21世纪以来,我国的对外经济贸易逐年增长,对外往来日益频繁。信函,尤其是电子邮件成为对外经贸交流中非常重要的沟通方式。对于从事外贸的人员来讲,能够熟练掌握外贸词汇及主要表达方式、写好外贸英文信函尤为重要。本书编写的目的正是要为广大学生和读者搭建一个普及外贸英文信函基本知识的平台,同时帮助他们系统学习和掌握外贸英文信函的行文方法、格式和专业词语,提高正确使用英语进行国际贸易交流的能力和水平。

本书根据新时期外贸业务和交流的特征,结合国际贸易的实际情况和需要,通过介绍大量信函范本,并辅之以一定的练习和案例强化读者对英文信函写作基本技巧、专业词汇与表达方式的掌握。教材各单元的内容结构安排合理,对于国际贸易主要环节的信函内容均有涉及。每单元开篇首先对外贸环节本身以及相关主题书信的写作原则作简要介绍,其次对信函的范例及相关常用词汇词组进行详细介绍,并对每个外贸业务环节常用的句型按照类别进行了梳理和归纳,在涉及单证或合同的业务部分介绍了该外贸环节中出现的单据、单证和合同等范本。因此,本书既适用于国际贸易和国际商务等相关专业的本科生教学,也适合从事外贸工作人员的自学和培训使用。读者在学完本书后,能够掌握常用的外贸术语、撰写外贸各主要业务环节的相关信函。

本书是编者在十多年教学经验的基础之上,按照最新教学改革方案,结合近年来国内外外贸英文信函教学改革趋势和作者的教学实践体会编写而成的。同时,扬州大学商学院的部分老师也参与了编写工作,他们多年从事外贸英文信函这门课程的教学和科研,并将行之有效的教学方法和自身多年的教学心得倾注在本书中。其中,谭燕担任主编,负责总体的策划与统稿,并具体编写了第1、2、7、8、9、10、16单元;凌振春担任副主编,负责收集各章开篇简介的资料,并编写第11、12、13、14、15单元。其他参与编写的人员还有牛群(第3、4章)和张颖(第5、6章)。参加本书资料收集工作的还有硕士研究生徐威威等。

本书在编写过程中,参考了国内外大量外贸英文信函方面的专著、教材及其他文献,在此向这些作者表示深深的感谢。

本书由扬州大学出版基金资助出版,书稿编写前后历经2年。由于编者水平有限,书中疏漏之处在所难免,衷心希望能得到学术界同行及国际商务领域广大读者的批评指正。

编者

2012年10月

E-mail: ytan@yzu.edu.cn

目 录 Content



Unit 1 Business Letter Writing 1

General introduction to trade procedures	1
The formal letter format and layout	2
The envelope format	5
Basic writing skills	6

Unit 2 Establishing Business Relations 10

General introduction	10
Specimen letters	11
Notes	12
Useful words and expressions	14
Useful sentences	17
Exercises	19
Sample documents	20

Unit 3 Enquiries 22

General introduction	22
Specimen letters	23
Notes	24
Useful Words and Expressions	26
Useful sentences	28
Exercises	29

Unit 4 Offers and Counter-offers 31

General introduction	31
Specimen letters	32
Notes	33
Useful words and expressions	35
Useful sentences	37
Exercises	38
Sample documents	40

Unit 5 Orders 41

General introduction	41
Specimen letters	42

Notes	43
Useful words and expressions	44
Useful sentences	46
Exercises	48
Sample documents	50

Unit 6 Business Contracts 51

General introduction	51
Specimen letters	52
Notes	53
Useful words and expressions	55
Useful sentences	56
Exercises	58
Sample documents	60

Unit 7 Payments 63

General introduction	63
Specimen letters	64
Notes	66
Useful words and expressions	68
Useful sentences	71
Exercises	73
Sample documents	74

Unit 8 Arranging Manufacturing 78

General introduction	78
Specimen letters	79
Notes	80
Useful words and expressions	81
Useful sentences	84
Exercises	85

Unit 9 Packing 87

General introduction	87
Specimen letters	88
Notes	89

Useful words and expressions	91
Useful sentences	94
Exercises	96
Sample documents	98

Unit 10 Commodity Inspection 99

General introduction	99
Specimen letters	100
Notes	101
Useful words and expressions	102
Useful sentences	104
Exercises	105
Sample documents	106

Unit 11 Insurance 108

General introduction	108
Specimen letters	109
Notes	110
Useful words and expressions	112
Useful sentences	114
Exercises	115
Sample documents	117

Unit 12 Shipment 119

General introduction	119
Specimen letters	120
Notes	121
Useful words and expressions	123
Useful sentences	128
Exercises	130
Sample documents	131

Unit 13 Complaints or Claims 133

General introduction	133
Specimen letters	134
Notes	135

Useful words and expressions	136
Useful sentences.....	138
Exercises	139
Sample documents	141

Unit 14 Agency 144

General introduction	144
Specimen letters	145
Notes.....	146
Useful words and expressions	147
Useful sentences.....	149
Exercises	150
Sample documents	151

Unit 15 International Crediting154

General introduction	154
Specimen letters	155

Notes.....	156
Useful words and expressions	159
Useful sentences.....	161
Exercises	162
Sample documents	164

Unit 16 Post-business Correspondences 168

General introduction	168
Specimen letters	169
Notes.....	170
Useful words and expressions	172
Useful sentences.....	173
Exercises	174

附录 信函译文 177

Unit 1 Business Letter Writing

General introduction to trade procedures

对于贸易新伙伴来说，外贸的流程一般起始于建立贸易关系，然后就进入到一般贸易环节，如买方询价、卖方报价、买方订货、双方确定付款方式、保险、包装及装运方式等，然后再订立合同，卖方进行备货、包装、报关、装船运输，双方按照合同约定处理好保险事宜，买方负责提货和结汇。外贸信函所涉及的主要业务流程描述如下：

一、询价与报价 (make a quotation)

一笔具体的进出口贸易一般是由产品的询价、报价作为贸易的开始，也可称为“询盘”和“报盘”。买方对产品的信息进行询价，而卖方则对出口产品报价。报价主要包括：商品价格、商品质量等级、商品的材质、商品的规格型号、所购商品量的多少、交货期的要求、商品是否有特殊包装要求、商品的运输方式及保险等相关内容。其中，价格是最敏感的议题。

一般国际贸易中常用的价格条款有三种：FOB（“船上交货”价）、CFR（“成本加运费”价）和CIF（“成本、保险费加运费”价）。

二、订货及签订合同 (place an order and sign the contract)

贸易双方在对报价进行反复磋商并达成意向后，买方企业即进行正式订货并就交货期、交货方式等相关事项与卖方企业进行协商，双方协商认可后，需要签订购货合同（purchasing contract）或售货合同（sales contract）。合同标志着进出口业务正式开始，是对商品名称、规格型号、数量、价格、包装、产地、装运期、付款条件、结算方式、索赔、仲裁等条款进行具体的规定。通常情况下，签订的合同为一式两份，并由双方盖本公司公章生效，双方各保存一份。

三、安排生产 (arrange manufacturing)

无论是厂商还是外贸公司，出口商在签订合同后都要按照合同的交货期要求安排货物。除非有现货供应，否则均需安排生产。外贸公司需要根据买方的要求，下订单给工厂，写清楚所要购买商品的名称、规格和数量，做好采购合同，支付定金，还需要跟踪生产进程、随时掌握生产进程、并确保货物的尺寸和总量符合进口商的要求。

四、包装 (packing)

包装分为外包装和内包装，外包装是为了运输的需要而进行的包装，内包装则是为了销售的需要而进行的包装。外贸函电中的包装一般仅指外包装。根据货物的不同，我们可以选择不同的包装材料，如：纸箱、木箱、编织袋等。不同包装形式的包装要求也有所不同。包装的标准有两种：一般出口包装标准和特殊出口包装标准。前者是根据贸易出口通用的标准进行包装；而后者则是根

据客户的特殊要求进行出口货物的包装。在包装货物时，货物的包装和唛头（运输标志）应进行认真检查和核实，使之符合合同和信用证的规定。

五、保险（effect insurance）

国际贸易中的货物要经过跨国运输，在装卸和运输的过程中常常会因为各种灾难或意外事故而遭受损失。买卖双方为了最大化地降低意外所带来的损失，往往需要在货物装运前，按照合同规定由一方以一定的保险金额向保险公司办理货物的运输保险。投保人可根据货物运输的实际要求选择投保一般险和附加险。

六、装运（make shipment）

装运是卖方按照合同履行交货的义务。卖方将货物在装运港装上轮船，取得装运单据后将货物交给买方，即履行了交货。买方在准备好付款后，可向卖方发装运指示函；而卖方在货物备妥待发后，会向买方发送装运通知，以通知买方做好提货和付款的准备。

七、付款（make payment）

付款是国际贸易中非常重要的一个环节，它直接关系到双方（特别是出口方）在国际贸易中能否最终获利。买卖双方一般在询价和报价时就会商定付款方式和具体细节。比较常用的国际付款方式有三种：信用证付款、TT付款和直接付款，它们各有优缺点和适用范围。

国际贸易中多采用信用证付款的方式。它是一种相对安全的付款方式，一般适用于新交易或大宗货物的买卖。它是指由银行为买方提供付款的信用担保，它是保证出口商收回货款的保证文件，但其缺点是时间较长、费用较高，银行的开证手续费一般会达到开证金额的1.5%左右。TT付款方式相对较简单，它是以外汇现金方式结算，由买方直接将款项汇至卖方指定的外汇银行账号内，可以要求货到后一定期限内汇款。直接付款方式是指买卖双方直接交货付款。与信用证付款方式相比，后两种付款方式的费用低、手续少、时间快，但卖方收不到货款的风险较大。

八、索赔与理赔（make a claim and adjustment）

买卖双方需要根据合同的规定，履行各自的责任与义务。当一方违约而使得另一方遭受损失时，受损方有权根据合同的相关规定，要求违约方对所遭受损失给予赔偿，即“索赔”；而违约方就损失方所提出的索赔要求进行处理就叫做“理赔”。国际贸易中的争议一般可以依次通过以下三个途径来解决：双方协商、仲裁、诉讼。

The formal letter format and layout

外贸英语函电是指进出口贸易环节中所产生的信函往来，目的是为了双方在外贸环节中有效交流商务信息。在信息高度发达的今天，商务贸易环节中的交流已并不仅仅局限于纸质信件，更多

的是通过电子邮件、传真或一些及时通讯平台，如MSN，SKYPE等来交换信息。但是，无论采用哪一种交流媒介，贸易环节和流程都是一定的，人们都需要掌握外贸信函中的一些基本表达内容、表达方式和技巧。

在实际贸易往来中，进出口双方在寄送正式文件或合同时，一般会选择电子邮件附件的方式，但格式仍需遵循正式的信函要求，否则就会显得不够慎重和专业。因此，在电子化通讯为主导的今天，掌握好正式信函的书写结构和具体格式要求仍然非常重要。

一、正式信函的结构

外贸英文函电的构成一般分为必需部分和选择部分。必需部分是一封正式的信函中不可缺少的部分，而选择部分则是笔者根据需要而添加的可有可无的部分。详见图1-1。

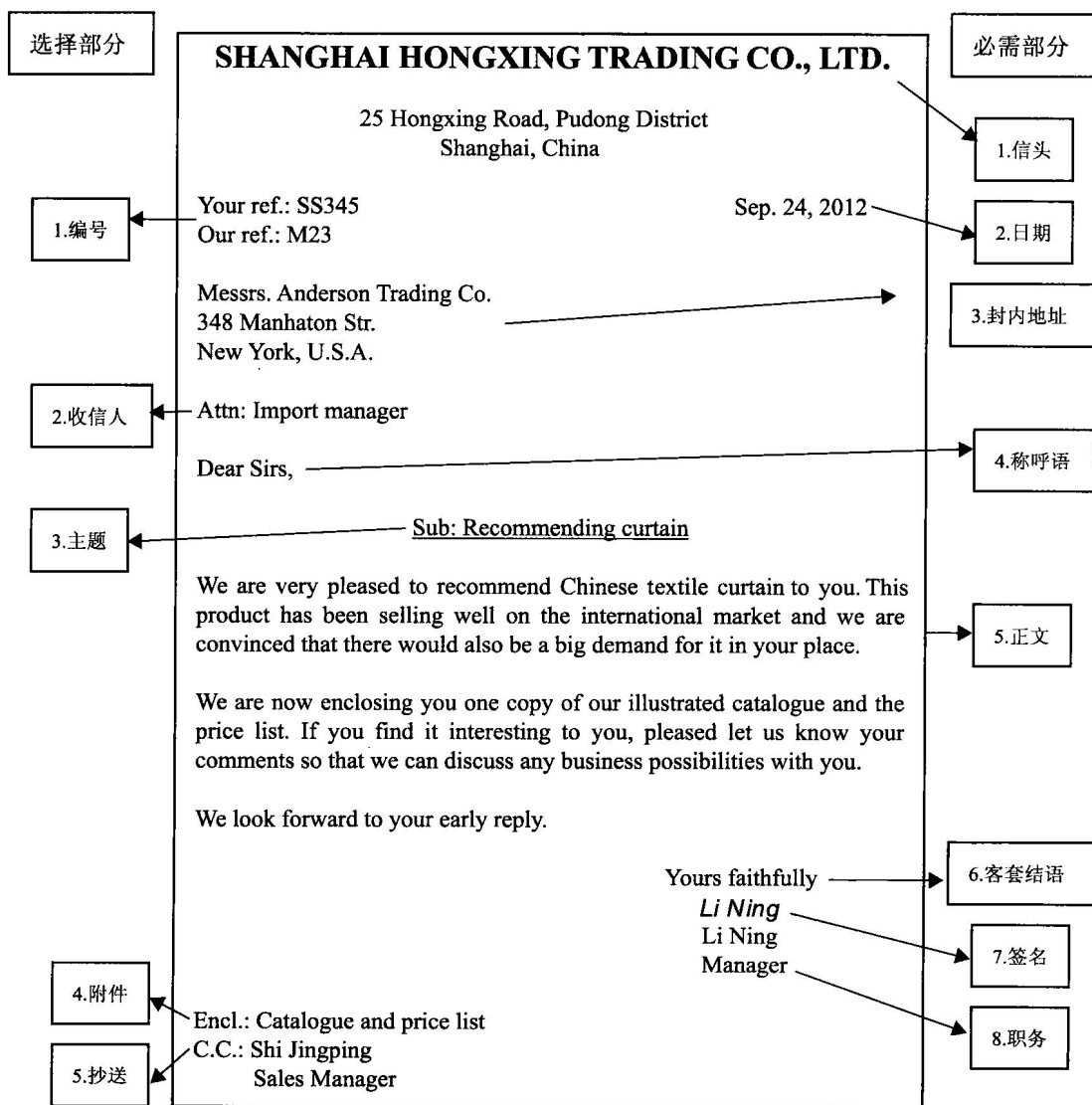


图1-1 信函结构范本

- 必需部分:

1 信头 (Letterhead)

2 日期 (Date)

3 封内地址 (Inside Address)

4 称呼语 (Salutation or Greeting)

5 正文 (Body)

6 客套结语 (Complimentary Closing)

7 签名 (Signature)

8 职务 (Job Title)
- 选择部分:

1 编号 (Reference), 分为你方编号 (Your ref.) 和我方编号 (Our ref.)

2 收信人 (Attention)

3 主题 (Subject)

4 附件 (Enclosure)

5 抄送 (Carbon Copy, C.C.)

二、信函的格式

信函的格式一般有以下三种，详见图1-2。

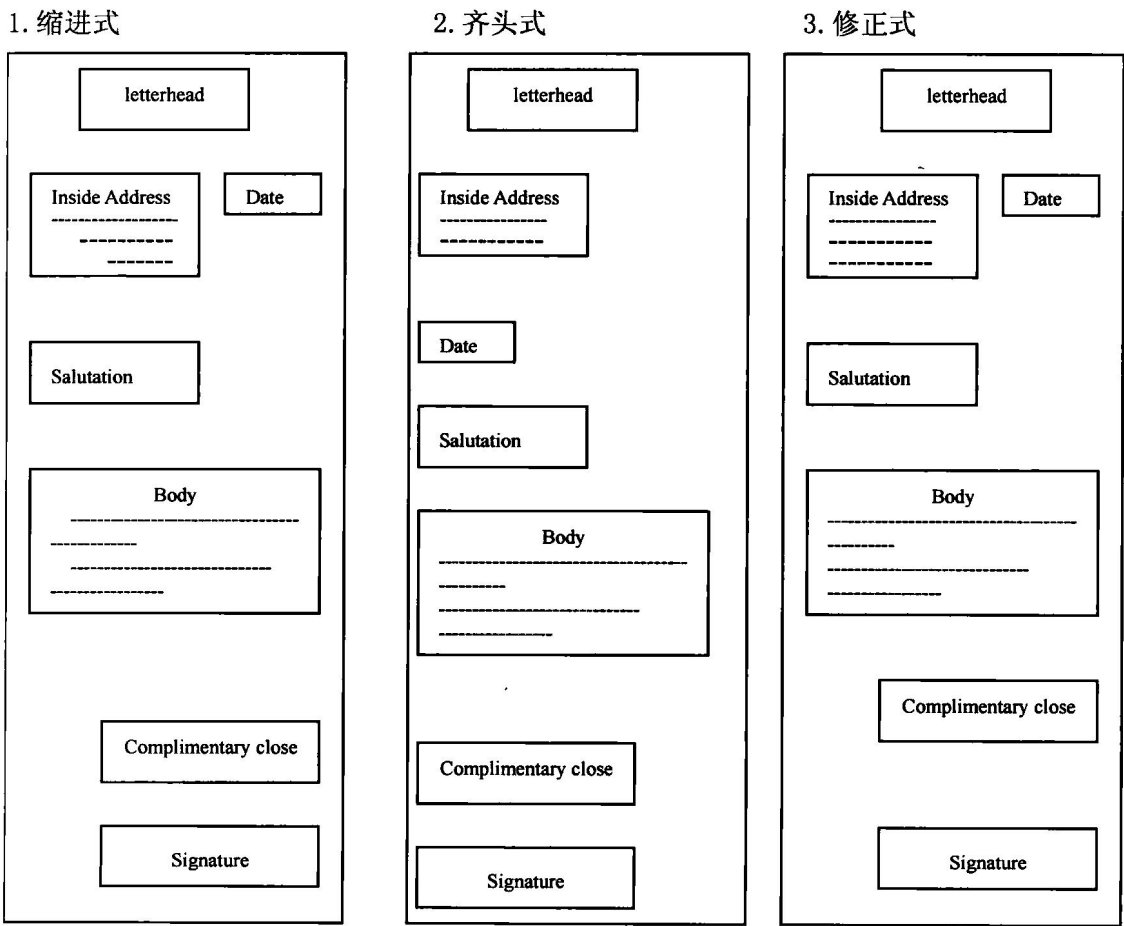


图1-2 三种信函格式

1. 缩进式 (indented style)：即封内地址的每一行和正文每段的开始都缩进相同的数格。这种格式的打印效率不高，看起来也不是很美观整洁，一般用得不多。
2. 齐头式 (block style)：信的每一行都从左边边缘对齐开始。齐头式常常在商贸、官方以及

一些正式的信件中使用, 以显示信件内容的严肃性、真实性和可靠性。英文电子邮件多采用齐头式, 这种形式的打印效率高, 信的外表看起来也更加整洁。

3. 修正式/混合式(modified /mixed style): 信内地址及其他需要分行的部分采用齐头式, 信的正文的每段开始可以缩进数格。修正式也称为折中式, 这种格式显得比较随便, 主要用于家人、朋友、私人之间来往的信件。

The envelope format

第一印象在商务领域中非常重要, 而信封就是对方收信时首先看到的部分, 所以信封的内容务必要清楚专业。信封上最重要的, 就是寄信人的地址和收件人的地址。中英文信封写法的最大不同在于收信人地址和寄信人地址的位置不同。地址书写的具体格式和信内地址完全一样, 可以用缩进式或齐头式, 如图1-3所示, 基本原则是要和信内地址的格式相一致。

一、寄信人地址

如果寄件人的地址没有预先印在信封上, 那就把它打在信封的左上角。尽量不要手写, 要先打姓名和头衔, 然后是公司的地址。地址当中不要有句号, 但是逗号、破折号、连字符和表示缩写的句号则可以视情况而使用。地址当中最长一行的长度, 不要超过信封长度的一半, 或是信封宽度的三分之一。

二、收信人地址

收件人地址一般打在信封的中央, 第一行不要超过邮票的下缘。先写收件人的姓名与头衔, 接着依照对方国家的习惯写地址, 地址当中同样不要有句号。如果你所使用的是有透明窗口的信封(开窗信封, window envelope), 则要把信纸折好, 使信纸上的收件人地址正好对着窗口。

如果发信人要将信函标示为“私人信件”、“机密信件”、“航空”、或“挂号”, 可以在信封的左下角注明Private、Confidential、Airmail、或Registered等字样。

1. 齐头式信封

Jing Limin	
34 Pudong Ave.	
Shanghai, 200120	
P.R.C.	
	Mr. John Smith
	345 Anderson Str.
	Dorset, DT96NX
Confidential	UK

2. 缩行式信封

Jing Limin	
34 Pudong Ave.	
Shanghai, 200120	
P.R.C.	
	Mr. John Smith
	345 Anderson Str.
	Dorset, DT96NX
Regisrtered	UK

图1-3 信封范本

Basic writing skills

外贸信函是信息交流和沟通的工具，其写作者需要有良好的英语基础。写出来的书信首先应该语法正确，丝毫没有被人误解的地方，并且要让收信人一看就能明了该信的目的。所以，在书写外贸函电时，一定要有明确的主题，并以简洁精炼的语言和明晰的结构来表述完整的内容；同时，还要体现出成熟的业务思维。不同的信函可以采用不同的语气，如建立业务关系的信函和询盘回复时一般要客气；贸易具体环节的信函写作则要细心，字里行间要表达出对对方的信任；催促付款时语气要急迫，但又不失礼貌；回复客户抱怨或索赔时，信函中的措辞要给予对方充分的理解，并给予足够的解释和说明。

一、信函写作三阶段

从时间阶段分配上看，信函的写作可以分成三个阶段，即写作前、写作中及写作后。

1. 写作前（pre-writing）

在开始写作之前，一定要明确信函的确切目的，并根据目的选择所需的语言和格式。其次，要根据信函写作的目的提前做好内容安排。当内容较多时，可以先记下表达的要点，以免遗漏，并整理好所有相关的信息和文件，按照它们的先后顺序来安排信函的提纲。

2. 写作中（while-writing）

为了使读者能够更清楚地了解信函的内容，首先要给信函拟定一个清晰而简短的标题，标题要体现写信的目的。电子邮件中都有标题这一部分，尽量要使标题言之有物，体现信函的主要内容。其次，如果是回信，有必要在信函开头提及该封信与之前信件关联，以明确信函的目的。起始句要开门见山，直切主题。

写作时要注意把握与事实相关的细节，分段描写。尽管外贸信函一般不会很长，但对于中国人来讲，由于是采用非母语写作，很容易写得颠三倒四，模糊不清。你可以将信函按照内容分成不同的段落，每一段只表达一个主题，这样层次会更加清楚。在具体陈述时，要注意选择并提供与事实相关的细节，有力地表达自己的观点。

结束句必须要简要精当，对全文作出总结，并表达愿望。

3. 写作后（post-writing）

信函写好后，一定要再次浏览一遍，以检查是否有信息遗漏、明显的拼写和语法错误。特别是以电子邮件发出的信函，一旦点击，即会瞬间发送，因此更要细致，特别是要检查相关的附件是否已经添加。尽管忘记可以再次发送，但这会给对方留下非常粗心和专业的印象。

其次，一封商务信函寄出后，如未能及时收到回复，有必要再次发函提醒，以免因为一些未能及时送达的客观因素（如网络原因或投递原因等）造成延误，而影响到业务进程。

二、信函写作的“6C”原则

要写好业务信函，在语言上需要注意以下6个方面，简称为“6C”原则。

1. 清楚 (clarity)

一封信要让收信人看信后不会误解写信人所要表达的意思,就要写得清清楚楚、明明白白,并且没有艰涩难懂之处。写作时要注意以下几点。

(1) 语义要清楚。语法上要注意代名词、关系代词和先行词的关系,以免引起误解。信函中要避免使用可能产生不同理解或意义不明确的词汇,并注意修饰词的位置。英语中修饰词的位置不同,含义也不尽相同。

(2) 内容要统一连贯。要注意各段语意的前后一致,内容紧凑连贯。其次,还要注意介词与动词和名词的搭配。同一个动词,其后所加的介词不一样,意思就可能大相径庭。

(3) 逻辑布局要清晰。段落的安排和句子的安排都要合乎逻辑,不能条理不清。因此,信写好时一定要再通读。

2. 简洁 (conciseness)

信函的简洁是指意思的表达不啰嗦,没有不必要的重复。通常商务人士每天需要处理大量的事务,所以信函要开门见山、长话短说、直接切题。要做到简洁,需注意以下几点:

(1) 删除无关的信息。收信人并不需要知道某个主题的所有方面,写信时要直切主题,无须扯得太远。

(2) 删节冗词。写信要力求长话短说,用尽可能少的文字完整、清楚而又有礼貌地表达所需要表达的意思。

(3) 用词简洁。尽量使用单词来代替某些矫揉造作的短语,避免使用陈旧的商业术语。在不影响句子原意的基础上,尽量少用一些不必要的形容词。

(4) 多用动词。名词和副词常用来描述一个状态,而动词表达的则是行动,是句子的重心,给读者的印象会更加深刻。如用conclude、assist代替bring to a conclusion、give assistance to,就显得更加直接。

(5) 精简句子结构。句子尽量不要太长,以免引起歧义。词语和意思不要重复,那样会给人以不够专业 (professional) 的印象,有画蛇添足之感。

(6) 避免模棱两可。有些单词、短语或句子在不同的语境中可能会有不同的含义,要尽量避免使用。

3. 礼貌 (courtesy)

在对外业务往来中,我们要表现得礼貌得体,信也要写得有理有节,既要表达出自己的观点和立场,又要注意礼貌,不要盛气凌人。我们需注意以下几个方面:

(1) 及时回复。在收到对方信函后及时地回信是礼貌的表现,哪怕你无法给对方正面的、及时的回复,也需要告知对方你的难处,切不可将电子邮件搁置很久。如对方向你询价某产品,而你方已不生产此产品,也需及时回复、表达歉意或给他推荐其他厂商或其他产品。如对方向你方抱怨或索赔,你方需要一段时间调查后才能答复,你也需要先写封回信告知情况,请对方等待,而不是等调查结果出来后再回复。因为这样会给对方效率低下的负面印象。

(2) 避免政治问题。在写信措辞时,尽量不要有文化歧视、城乡歧视、年龄歧视、残疾歧

视、种族歧视和性别歧视等词语和句子。

(3) 运用友好礼貌用语。避免一些命令性的和粗鲁的用词用语,更多采用请求而不是命令的口气,并适时使用虚拟语气。当表示拒绝或反对和不认同时,可采用一些缓和的句型来减少对对方的刺激,常用缓和语气的表达法如We are afraid, we would say, we would think, it seems to us等等。你也可以充分利用被动语态的优势,被动的语气往往要比主动语气更加客气。

(4) 注意表达技巧。信函的礼貌不仅直接表现在措辞上,还表现在表达的技巧上。如想向对方抱怨或表示不赞同,可以先将对方好的方面作一个简单的评价或认同,然后再表达出自己的观点。这样不仅礼貌,而且对方往往也更容易接受。

4. 正确 (correctness)

商业书信的内容体现了双方的业务磋商、协议和合同,以及各自履行义务的安排,直接牵涉到买卖双方的权利、义务和利害关系等,也是开立各种商业单据的根据,因此必须要写得正确,不要引起歧义。

(1) 语法准确。用词、拼写、标点符号、时态、语态等语法要正确无误,可以借用一些现代的软件来检验拼写。

(2) 内容叙述正确。所表达的信息和语义要正确无误;运用商业术语时要用字简洁,意义明确,使用得当;涉及数字时,更是要格外注意,千万不能失之毫厘,谬以千里。

5. 完整 (completeness)

外贸信函的完整包括两个层面的含义。

(1) 格式的完整。正式信函中的必要部分一定不能省略,否则会給收信人留下不专业、随便的印象。当然,对于来自不同国家、不同文化背景的客户,对于“完整”的理解和要求又不太一样。美国、澳大利亚和南美洲的国家一般在格式上更加随意一点;而欧洲的一些国家,如德国,就要严谨得多,格式不完整会被认为太轻率、太随意,不容易让对方产生信任。

(2) 内容的完整。一封商业信函应包含所有必需的事项,如邀请信应说明时间、地点等,切忌寄出含糊不清的信件。要完整且有逻辑地写出希望收信人做出积极反应的一切情况及问题,对于对方来信中所提出的全部问题或要求要能够一一给以回答。对于重要的信,更须注意完整。例如接受对方的报盘时,因为这类信实际上已类似于成交合同,对双方都具有约束力,所以最好要把条件进行全部说明,或具体说明所接受报盘的根据是什么(如报价单、信件等)。如果表述得不完整,就有可能引起不必要的麻烦甚至纠纷。一封信写得是否完整,可以采用六个“W”问题来检验:who、what、where、when、why以及in what way。

6. 体谅 (considerateness)

所谓“体谅”,就是写信时不要只从自身出发,而要兼顾对方的要求、愿望和感情等,既要从对方的角度考虑有什么需求,语气上也要体现对对方的尊重。现在的企业都强调“双赢”与“顾客导向”,长期业务关系的建立可以为企业带来源源不断的市场资源。在国际贸易过程中,双方难免会产生一些分歧、抱怨等,如何通过信函的措辞和恰当的表述,既处理了问题,又不伤害双方的关系,就需要“体谅”。具体要注意以下两点。

(1) 采取对方为主的态度 (You-attitude), 即写信时要“目中有人”。即使是抱怨, 也可先从收信人的角度考虑他的处境, 换位思考, 并顾及到对方的愿望、问题、背景、感情以及对此信可能做出的反应等。如在拒收商品时, 不仅要说明理由, 而且对如何处理, 谁将负责该笔费用以及一些其他相关事宜也要提出一些建议。这样, 收信人就会更容易接受。总之, 信函要写得礼貌、真诚, 让收信人感觉到你是一个体贴的、有人情味的并能为别人考虑的业务伙伴。

(2) 尊重文化差异。东西方文化差异、不同宗教国家的文化差异决定了人们对特定事物的认知和态度的不同。在写作时, 在信函的语言措辞、写作风格等方面要尽量考虑到对方的文化, 特别要注意避免对方文化中的语言禁忌。

Unit 2

Establishing Business Relations

General introduction

进出口贸易往往始于出口商或进口商主动向潜在客户发函建立业务关系。建立业务关系，实际上就是确定贸易对象。贸易双方只有在相互了解、彼此信赖的基础上，才能进行积极合作，并使双方贸易活动得以顺利地展开。一般来讲，双方可以通过相互介绍或第三者的介绍，了解对方的资金信用、经营能力和业务范围等情况，然后再进行实质性的业务商讨。

进出口商通常可以通过以下几种渠道获得潜在客户的信息：（1）互联网、报刊、杂志等各种媒体及企业名录（2）各种交易会、展览会；（3）银行；（4）其他客户，如已有的供应商、客户等；（5）工商团体及行业协会等；（6）我国驻外商务机构或外国驻华机构。

建立业务关系的信函是首次发给对方的信函，因此语言一定要礼貌，字里行间所表达的态度要谦逊、诚恳。信函的内容不宜过长，要尽量简洁、清晰。一般应包括如下内容：

1. 交代信息来源，即通过何种渠道获得对方的名称和地址。
2. 说明去函目的，如扩大交易、建立长期业务关系、拓宽产品销路等。
3. 介绍本公司情况，如公司性质、经营范围、业务能力等。
4. 介绍主要生产产品或感兴趣的进、出口项目。出口商可介绍公司所经营产品的整体情况，如质量标准、价格水平和目前销路等；进口商则可阐明所需产品的具体品名、规格、价格等。
5. 表达良好愿望，希望对方回复或激励对方立即采取行动。

收到对方的来信后，应该尽量按照对方的要求完整回复。即使无法满足对方的要求，从礼节上来讲也需及时回复并婉言阐明理由，切不可置之不理。