

现代国际商务丛书

洪银兴 张二震 主编

国际商务英语

刘厚俊 冯云霞 编著

《国际商务英语》

娴熟的外语能力是与贸易伙伴沟通、促成交易的重要条件。本书介绍了从事商务活动的交际语言和交易语言,演示了国际商务中交流的技巧和方法,使您在贸易洽谈中如虎添翼,做个商业赢家。

国际商务英语

国际商务英语

国际商务英语

国际商务英语

国际商务英语

国际商务英语

国际商务英语

国际商务英语

国际商务英语

H315
166
现代国际商务丛书

国际商务英语

刘厚俊 冯云霞 编著

(京)新登字 083 号

图书在版编目(CIP)数据

国际商务英语/刘厚俊、冯云霞编著. —北京:中国青年出版社,1996.10

(现代国际商务丛书)

ISBN 7-5006-2205-8

I. 国… II. ①刘… ②冯… III. 国际贸易-英语 N. H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 07254 号

社址:北京东四 12 条 21 号 邮政编码:100708

中国铁道出版社印刷厂印刷 新华书店经销

*

850×1168 1/32 10.75 印张 2 插页 220 千字

1996 年 10 月北京第 1 版 1996 年 10 月北京第 1 次印刷

印数 1—8,000 册 定价 14.80 元

总 序

80年代初开始，中国人民冲破了长期的自我封闭状态，勇敢地向世界敞开了大门。“走向世界市场”，已成为有战略远见的企业家们的实际行动。随着改革开放的不断深入，我国经济的开放度日益扩大。国际上一般用一国进出口总额占国民生产总值的比重来表示经济开放度，按照这一指标，1995年我国经济开放度已经超过了40%。这就是说，我们不仅消费着约占国民生产总值20%的外国商品，我们还有约占国民生产总值20%以上的产品的实现依赖于世界市场。中国经济已经日益与世界经济融为一体。与此同时，国际贸易、国际融资、引进外资、对外投资等国际商务活动也得到了迅猛发展。

进入90年代以来，国际经济呈现出与80年代初我国改革开放起步阶段时不同的特点。虽然“冷战”结束后的世界并不太平，但是和平和发展已成为当今世界的主题。随着国际分工、国际交换和生产要素国际流动的深入发展，各国的经济日益国际化了。所谓经济国际化实质是市场的自由化和国际化，从一国的角度看，其主要特征：一是市场高度开放，国内市场成为世界市场的一部分，即没有国内市场和国际市场之分，而只有

世界市场的国内部分和国外部分之别，国内市场和国际市场实际上合二为一；二是产业的全面开放，无论是第一产业、第二产业还是第三产业，都向世界开放，全面参与国际竞争，关税、配额等保护贸易措施降至最必要的水平，本国产业依靠竞争获得发展、提升的动力；三是投资领域的自由化和国际化，国外资本和国内资本可以在相同的条件下进行投资，外资享受国民待遇，同时本国对外投资增长迅速，引进外资和对外投资渐趋平衡。可见，经济国际化实际上就是本国经济与世界经济体系的高度融合。应该说，随着我国经济开放度的不断扩大，经济国际化发展已是大势所趋。如果说，在80年代我们实施外向型经济发展战略时，议论得最多的是怎样扩大出口、怎样吸引更多的外资，以及怎样保护和发展民族经济的话，那么，在经济国际化更加发展的今天，我们更应注重市场开放、对外投资和跨国经营，迎接经济国际化的挑战。因此，了解并掌握有关国际商务的新理论、新情况和新知识，就显得特别重要。

什么是国际商务？用最通俗的话说，就是跨国界做生意，在全球范围内开展生产经营活动。要走向国门从事国际商务活动，需要多方面的知识。比如，开展国际贸易，就必须熟悉贸易环境、贸易政策，了解商贸惯例；进行跨国投资，就要懂得融资手段，擅长经营管理，善于规避风险；遇到贸易或投资方面的纠纷，还要能够运用法律手段来维护自己的合法权益。国际商务活动是科学和艺术的结合，因此，商务语言的运用、商务谈判的技巧、营销方式的选择，都是成功的国际商务活动所必须具备的知识。

我们主编的这套《现代国际商务丛书》，就是为了使广大读

者特别是企业家，系统掌握有关国际商务活动的知识，以适应我国扩大开放，更广泛、更全面地参与国际竞争的需要。这套由南京大学国际商学院中青年教授撰写的丛书，具有以下鲜明特色：（1）重视国际商务环境的分析，即把国际贸易、国际金融、国际投资以及跨国经营等放在整个世界经济发展的大背景下分析，使读者能从宏观的视角、从整体上把握国际商务活动的规律。因此，本丛书十分重视理论上的分析和论证，有一定的理论深度。（2）重视对国际商务活动中出现的新情况、新问题的分析和新知识的介绍，如对部门内贸易、公司内贸易现象的分析，对最新营销方式的介绍，等等。（3）重视对国际商务经营实务的介绍，向读者提供实际的操作知识，使本丛书具有较高的实用价值。另外，在行文上力求简明、通俗，深入浅出。当然，本丛书在多大程度上体现了上述特色，只有让专家学者及广大读者来评判了。

洪银兴 张二震

1996年2月于南京

前 言

Preface

近年来,国际贸易发展很快。在中国,有越来越多的人从事国际贸易这一行业。从事国贸行业必须具备许多条件,其中英文能力是最基本的,也是极其重要的。与客户之间函件的往来、言语的交流都能有效地促进交易的成功。英文函件在会谈中使用频繁。它们在互通商业信息、联系商业事务及促进贸易关系等方面起着重要的作用。对有些贸易从业人员来说,即使自己当老板雇佣精通英语的人才,但在外宾来访和贸易洽谈中,若能亲自运用国际商务英语知识,就会使气氛更为融洽。因此,掌握了解国际商务英语信函及交谈技巧,对国际商务从业人员和管理人员来说是非常重要的。

国际商务英语有其独特的专业术语和表达方式,它具有应用于商业上的特色。它有惯用的商业术语和独有的格式。只有熟悉了有关的术语,掌握了一定的技巧,依循应有的格式,才能进行有效的交流。如果没有针对性,而是泛泛地学英语,恐怕难以达到预想的效果。笔者根据多年从事贸易、英语教学的实践经验,精心编著了这本《国际商务英语》,期待能够帮助国际贸易从业人员在相对短的时间里掌握国际商务主要环节中的英文往来函电,以及必要的外贸英语谈判(会谈)技巧。

商务英语的特点是精、简、明、确,因此,写作和谈判皆

有一定的难度,也更需要技巧。本书从书写和面谈两个视角充分展示了国际商务各主要环节的交流内容及技巧;介绍了英文商务电传和传真的特点内容;还介绍了与商业交流有关的社交电文。书末设有一个附录:国际贸易英语常用词。本书是一本实用书,希望能对从事国际商务的人士有所帮助。

本书取材广泛,内容丰富,新颖实用。全书共有十四章。除第一章国际商务通讯、第十三章电传、传真和第十四章社交信函以外,其余各章按我国对外商务活动,分为信用商务查询、报盘、促销、订购、包装、装运、保险、信用证、代理、索赔与理赔。这十一章内容基本包括了我国国际商务活动的各个主要环节。每章按内容介绍、模范书信选读、套语、对话的体例编写。在内容介绍中,着重讲述各贸易环节函电写作内容、要领、交流技巧等;为了方便读者使用和自学,在模范书信选读这一节中,对书信中出现的商业术语作了详尽的解释,并配有参考译文。基本句一节则荟萃了各贸易环节中书信谈判两方面的常用句,将便于读者在较短的时间内掌握惯用的国际商务英语,对初学者而言,这部分内容尤为实用。因为在初学阶段,国际商务英语中的套话、行话往往是学习中的障碍。但是,一旦对此有所突破,国际商务英语书信或谈判知识就较易掌握了。对话一节主要是围绕信函主题由作者精心创作的情景交流会话,它将能帮助读者进行有效的口头交流,对融洽商谈气氛,促进贸易关系大有裨益。

由于作者水平有限,书中的缺点、错误在所难免,敬请广大读者和专家指教。

目 录

Contents

前 言

Preface

第一章 国际商务通讯..... 1

Unit One International Business Correspondence

第二章 信用·商务查询 21

Unit Two Credit · Business Inquiry

第三章 报盘·还盘·接受 46

Unit Three Offer, Counter Offer, Acceptance

第四章 促销 72

Unit Four Sales Promotion

第五章 订购 89

Unit Five Ordering

第六章 包装..... 107

Unit Six Packing

第七章 装运.....	128
Unit Seven Shipment	
第八章 海上保险.....	150
Unit Eight Marine Insurance	
第九章 信用证.....	172
Unit Nine Letter of Credit	
第十章 货赊与收款.....	195
Unit Ten Credit and Collection	
第十一章 代理.....	211
Unit Eleven Agency	
第十二章 索赔与理赔.....	240
Unit Twelve Credit & Adjustment	
第十三章 电传与传真.....	259
Unit Thirteen Telex & Fax	
第十四章 社交信函.....	282
Unit Fourteen Social Messages	
附 录: 国际贸易常用词.....	296

第一章 国际商务通讯

Unit One International Business Correspondence

一、函电的作用

在现代商业社会，英文函件使用频繁。它在国际商务交流中起着极其重要的作用。英文函件的撰写技巧也因此越来越受到重视。

在国际商务活动中，贸易各个环节的磋商，合同的签订、履行大多是通过函电的方式来进行的。随着现代科技的发展，通讯方式虽有改变，但电文的内容及有关行话却是一样的。在对外贸易中，函电是具有法律效力的文件。

在国际商务的具体操作过程中，策略方法非常重要。但这些都必须借助函电这一工具，才能将其正确有效地传达给对方，从而帮助有关机构或商人达到预期的目的。如果词不达意，或者表达不力，就容易造成误解，甚至是失误。从这个意义上说，外贸从业人员必须掌握好英文函电这一工具。

二、如何写好商务信函

在撰写商业信函时，下列原则技巧能有效地帮助读者写好函电。

(1) 书信的副标题 (subject heading)。在外贸业务英文信函中，写信人为使读者对信文内容一目了然，常在称呼语的正下方，以标题形式注明信文的主旨。标题于一封信的作用相当于商标对一商品的作用。写信人若很重视信的副标题，他必然也会对信的其他内容形式加以注意。在写信过程中，他势必会注意每封信的谋篇布局。所以有专家指出：“Heading is the little thing that does the big thing.” 即“标题貌虽小，作用却很大。”

(2) 在写信或口授一封信以前，一定要预先考虑好这封信的内容。写信前必须明确写信的目的。

(3) 句子、段落必须简洁 (brief)。一般说来，书信的第一段必须简明扼要。实际上，在快节奏的商业社会，每位商业人士都异常繁忙。很少有人愿意去读看上去显得冗长乏味的书信。在划分段落时，以“一意为一段”为好。若是写信人有写 subject heading 的好习惯，那么分段也必然能够符合逻辑，井然有序。

(4) 商业信函中使用的语言属非正式语言，即简明、活泼、口语化。这并不是说简单的语言 (plain language) 只表达简单的思想。事实上，简单明了的英语常能表达丰富、完整的思想。训练有素的写作高手在撰写函电时，一般都用“普通、简单”的词。当然，有时为了把信文意义表达得更传神、贴切，也可偶用一些“不简单”的词。相反地，那些不能深刻了解书信语言

精髓的人往往常用那些过分夸张、浮华的词。这样的书信语言也许很优美，很有学术味；但有时只会加重读者的负担，因为他们须花力气才能读懂书信。这对商家来说无异于失策。用简单明了的语言写出来的信，能使读者很快了解写信人的意图，从而帮助对方节约时间，提高效率，达到有效交流的目的。这样的书信可谓“互惠互利”。

(5) 要做到心中有读者。这一原则正是商界“顾客为上帝”的具体体现。以下几个“Cs”原则能帮助您与您的读者进行有效的沟通交流，从而取得“双赢”的效果。

(a) Clearness。为了使读者有效清楚地了解您的意图，您的书信必须是明确的、清晰的；

(b) Completeness。为了让读者了解所有相关信息，书信所表达的内容必须完整；

(c) Conciseness。鉴于读信人一般会很繁忙，时间宝贵，书信必须简洁；

(d) Courtesy。在商业信函中，有的是属于“好消息”类，有的是“坏消息”类，有催款、索赔等。在表达这些令人不愉快的信息时，写信人的态度依然必须是有礼有节、诚恳动人的。如果想得到收信人的好感与支持，书信内容必须能体现体谅他人的精神。

(e) Correctness。在商业信函中，任何形式的错误都应该力争避免。绝对不能在书信中出现语法、标点符号、数字、拼写等方面的错误。商业英文信函必须是准确无误的。

三、商业信函的组成及各组成部分的说明

在现代商业通讯中，通讯手段主要有以下几种：书信 (letters)，电报 (telegrams)，电传 (telexes)，传真 (faxes)，电子邮件 (E-mails)。在我国商界以使用电传、传真为最多。请看下列内容：

(1) Sender's address (at the top or in the top right-hand corner)：(信头：写信人的名称及地址)

Cambridge University Press
Shaftesbury Road
Cambridge CB2 2RU

(2) Date (on the right but could be after Receiver's address)：(日期)

7 May 19—

(3) Receiver's name and address (on the left)：(收信人的姓名及地址)

A. Reader

Unit 1

International Business English

Page 00

(4) Salutation：(称呼语)

Dear Mr. or Ms. Reader,

(5) Body of letter：(正文)

TELEX: (电传)

A telex is very quick, and readers often overlook some errors of spelling and grammar. Abbreviations such as TKS(Thanks) are common in telexes. The sender knows when each telex has been transmitted and received. A telex can be a legally binding document.

LETTER: (书信)

In a letter, the emphasis is on a high quality appearance. Letters have to be typed accurately with a smart, clear layout. Letters are slow and, once posted, dependent on each country's mail service. Important documents or valuable items can be sent by registered mail.

FAX: (传真)

A fax (telefax) is a facsimile copy of a document transmitted by normal telephone lines to another fax machine. Fax is becoming very common in business; in Japan and the USA, there are more fax machines than telex machines. A fax is not normally a legally binding document.

COMPUTERS: (电子邮件)

E-mail (and Teletex, mainly in Europe) is a way of sending messages between computers. There are more computers linked to E-mail in the UK than there are telex machines.

MEMOS: ()

Internal mail within a company or between branches of the same firm is usually in the form of memos; these may be brief

handwritten notes or longer, word-processed letters. The style depends on the practice within the company and on the relationship between the people involved.

(6) Complimentary close: (结尾敬语)

Yours sincerely,

(7) Signature: (签名)

Leo Jones and Richard Alexander, Authors

从上例中，我们可以看出：一般的商业通讯含有 7 个主要部分及其他根据需要而增加的部分。下面根据每部分内容在书信中出现的顺序，将其详解如下：

1. 书信的 7 个主要部分 (the seven main parts)。

书信的 7 个主要部分从上往下依次为：信头、日期、封内名称地址、称呼语、正文、结尾敬语及签名。

(1) 信头 (letterhead)。

几乎每个公司或机构都有印好信头的信笺。信头可繁可简。它主要反映了写信人的行名、电话、电传、地址等。设计精美的信头能帮助突出公司的形象，并能给读者留下好的印象。

(2) 日期 (date)。

任何一间公司或机构每天都须处理不少信函邮件。无论是对读信人，还是对写信人而言，日期的意义是不言而喻的。在国际商务信函中，每封信都须有包括年、月、日在内的日期。在英文中，日期的表达方式有两种，如 1995 年 9 月 3 日，可写作：

September 30, 1995 或 30 September, 1995。

在写日期时，请注意：月份不能用数字表达，只能用英文

单词表达；年代前必须加逗号。在信函中，日期可置于书信的右上方，或是左上方。

(3) 封内地址 (the inside name & address)。

The inside name & address 是指收信人的名称及地址。它包括对收信对象的称呼、他的头衔、他所在公司的名称及地址。请看下例：

Mr. David L. Grosshans, President
Grosshands Furniture Company
1746 Laurel Road
Ogden, Utah, 84401
Messrs W. Smithof & Co.
65 Rue Veydt

Brussels 5, Belgium (注：Messrs 为 Mr. 的复数形式，用于公司行名前。使用 Messrs 的公司，其行名应由人名组成，且公司由两人以上的男性组成、或由两人以上合伙组成。如：Messrs J. Smith & Co. ; Messrs Clinton & Sons Co. ; Messrs Lopes & Bros.)。

Manila Shipping Co. , Inc.

P. O. Box 107, Manila

Philippines (注：Inc. 为 Incorporated 的缩写；Co. 为 Company 的缩写；Co. , Inc. 意为有限公司)

John Wilkinson, Esq.

4 King Street

Machester, 2, England (注：Esq. =Esquire. 在英国，它是对一般单数男性的敬称；在美国 Mr. 是很通用的称呼，Esq.