



商务 专题 英文 写作

连先 主编

- ◎商务信函
- ◎商务新闻稿
- ◎简历
- ◎报告和建议书
- ◎会议记录和摘要
- ◎合同

思路解析
方法指导
实战演练

外文出版社

商务专题英文写作

主 编 连 先
编 者 连 先 徐振弟 连 文
倪文佳 江 波

外文出版社

图书在版编目(CIP)数据

商务专题英文写作/连先主编. —北京:外文出版社, 2001. 1

ISBN 7-119-02948-7

I. 商… II. 连… III. 商务-英语-写作

IV. H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 086802 号

外文出版社网址:

<http://www.flp.com.cn>

外文出版社电子信箱:

info@flp.com.cn

sales@flp.com.cn

商务专题英文写作

主 编 连 先

责任编辑 王 蕊

封面设计 唐少文

出版发行 外文出版社

社 址 北京市百万庄大街 24 号 邮政编码 100037

电 话 (010)68995963(编辑部)
(010)68329514/68327211(推广发行部)

印 刷 三河实验小学印刷厂

经 销 新华书店/外文书店

开 本 大 32 开 字 数 250 千字

印 数 0001-8000 册 印 张 10.5

版 次 2002 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

装 别 平

书 号 ISBN 7-119-02948-7/H·1256(外)

定 价 15.00 元

版权所有 侵权必究

前 言

写作是一项复杂的脑力劳动,是思维的反映,也是社会人际交往的重要手段。但受过教育的人不一定是写作高手,因为不论用母语还是用外语写作,它都属于一种高层次的智力活动。

以英语为第二工作语言,已成为国内外越来越多的就业人员的职业需求。如何用英语书写日常公文、商务信函和其它涉外文书,更是不少大学生和研究生在求职择业或受聘工作期间面临的一大难题。本书即针对这样一种读者需求而设计。

编者试图从专题培训的角度为学习者开辟一条自学的路径,引导他们从解决实际问题出发,通过大量实践去体会英语这门外语特有的语言形式,从而逐步学会使用这门语言进行一般的书面交流。

语言可以称得上是一种工具,但使用这个工具也并非如此简单,因为它不能像一支笔或一把尺那样随手好用。在人们将它用作交际的工具之前,语言是看不见摸不到的。语言既不等于字典,又不等于教科书。语言是动态的,是有活力的,是人们遵循长期约定俗成的规则经过一定的加工过程生产出的物质产品。语言的生命是人赋予的。几乎可以说,在使用它之前,语言不成其为语言。

学习一门外语,我们首先要掌握规则,然后还要学习怎样进行再加工、再创造,这样才可满足你自身的交际需要或职业需要,使你所拥有的语言在现实社会中发挥它特有的价值和功能。

如果把运用一门外语比作下棋,我们假设本书的读者已经对棋子(英语词汇)及游戏规则(英语语法)有了初步的认识和了解。下一步要做的事是研究每一盘棋的下法。手中有了一本书,好比

有了一本棋谱。你作为棋手,要亲自领略赛场交战的艰辛和乐趣,这时手中的棋谱多少会对你有些帮助。

任何一门技能的培养都不是一朝一夕之功,都要经过反复锤炼、反复熏陶,用外语做文章亦如此。什么人才能称得上好棋手?没有标准答案。即使当了围棋九段也还会说:强中自有强中手。道理讲的是:学无止境。但这样说是否意味着初学者没有希望了呢?决非如此。不同的人有不同的目标,只要目标明确,就会有成就,也就会有成就感和自信心。

虽然中国人写出的英语可能永远比不上英国人或北美人的母语表达,但我们自信中国人的智慧是第一流的。只要我们善于学习,勤于实践,锲而不舍,功夫自然会到家。

相信各位读者在社会这所大课堂中能有恒心、有毅力去学习掌握以往在校园内未曾学到的知识和本领。

编著者

目 录

第一章 写作过程	(1)
第一节 准备	(4)
第二节 起稿	(6)
第三节 定稿	(10)
第二章 写作基础	(15)
第一节 篇章	(17)
第二节 段落	(20)
第三节 语句	(25)
第四节 词汇	(29)
第五节 语用	(41)
第三章 商务信函写作	(52)
第一节 概述	(55)
第二节 功能范例	(68)
第三节 句型范例	(101)
第四节 语体范例	(110)
第五节 行文范例	(140)
第四章 商务应用文写作	(161)
第一节 报告和建议书	(163)
第二节 会议记录和新闻稿	(194)
第三节 合同	(219)
第四节 简历	(235)
第五章 巩固练习	(254)
第一节 写作基础	(256)

第二节 商务信函写作	(280)
第三节 商务应用文写作	(293)
附录:	
1. 常用商务术语	(301)
2. 常用商务英语缩略语	(323)
参考书目	(329)

第一章 写作过程

Language, as I'll be arguing all along, is not the writer's main tool; the writer is its.

— Thomas Benton Cooley

我会一直坚持说,语言不是作者的主要工具,作者其实是语言的主要工具。

— T. B. 库利

◆ 你平时要写些什么?

◆ 文章是怎样写出来的?

第一节 准备——深思熟虑

作者的角色

读者的角色

预期的目的

第二节 起稿——条理分明

确定篇幅

组织布局

区分类别

第三节 定稿——精雕细琢

修改

校对

◆ 你平时要写些什么？

于现代职业人士而言，英文写作技能到底能派多大用场？由于大家的工作性质各有不同，因此回答不能一概而论。也许你身在中国，但你所接触的工作环境是欧美式的；也许你就职于国家机关，但你的工作对象是外资企业或跨国公司。不过我们可以先了解一下美国的情景，或许能够引发我们来一个参照对比，从而认真审视一番自身的工作状况。

从一份基于 118 名调查对象的统计报告中我们看到了如下三组数据：

1. 每天花在写公文上的时间占全部工作时间：

管理人士	技术人士	文秘	服务人士
近 50%	40%	29%	51%

2. 认为“公文写作对工作业绩至关重要”者占总人数：

管理人士	技术人士	文秘	服务人士
84%	81%	86%	89%

3. 认为“关键在于写作能力”者占总人数：

管理人士	技术人士
57%	70%

另外，关于公文的门类及所涉及的人员占总人数的百分比，其统计结果是：

	管理 %	技术 %	文秘 %	服务 %
信件	63	18	58	55
备忘录	76	48	54	17

短篇报告(1 至 5 页)	50	33	33	76
长篇报告(6 页以上)	10	7	4	14
建议、规划(对内)	13	11	4	
建议、规划(对外)	10	11	4	6
说明书	39	40	29	0
规章守则	34	11	12	3
会议记录	15	18	8	3

以上信息告诉我们,现代化社会的信息交流和工作往来大多反映在书面语中,而其中最常见的形式是书信交往。随着我国加入世贸组织这一历史转折点的到来,将会有越来越多的中国人涉足国际交往这个领域,英文写作的需求也会逐渐加大。意识到这一点,会激发我们掌握现代职业技能的急迫感,可以使我们更具体地制定自身的近期计划和长远目标。

◆ 文章是怎样写出来的?

在涉及写作的具体内容之前,我们应该对写作的全部过程有足够的了解。简要地讲,写作可分三个阶段:准备、起稿、定稿。有统计显示,英文专业作家用在这三个阶段的时间比是:50% — 20% — 30%。还有人认为,时间分配应该是:打腹稿 35%,写稿 15%,改稿 50%。照这样算,花在写稿上的时间仅占 1/5 或更少的时间,而写作也并不是从真正动笔开始。这样安排有哪些合理性呢?下面的讨论会给你一定的启示。

第一节 准备——深思熟虑

写文章或写信都要有针对性。你最好先回答这个问题：我为什么要写？一般有两种情况：主动和被动。主动指的是由自己决定要写，被动指的是别人要求你写。这样看，写作的初衷是有所区别的。明确自己为何写，有助于文稿的策划。

准备工作可以采用多种形式，如列出提纲、收集素材、建立信息档案、采访口录、会议记录等。所需要的时间由写作的性质和篇幅决定，也因人、因场合而各有所异。短到几分钟即兴打腹稿，长到几个月，甚至几年的筹划。虽然形式各异、投入多少各异，其主旨是一致的，即对将要写出的东西形成一个初步的设想，为未来的作品建构一幅蓝图。具体讲，一般需要对以下几方面有一个明确的认识：

一、作者的角色

在当今社会，由于有了先进的互联网通讯手段，文字的使用也变得越加频繁。商务文书的撰稿人不再限于公司的秘书。任何从业者，包括上层管理人士，都常常愿意自己动手行文、发文，直接回复电子邮件。因此，大大小小的书面往来就显得更加多样化、更加日常化。

双向交流日趋增加，这使得我们必须非常熟悉自己在不同场合应扮演的角色。将以什么样的身份与对方对话，要有明确的定位。一般来说，首先要判定交际双方的等级关系和亲疏关系，然后即可确定交际走向是否应为上行文、下行文或平行文。划分出这个界限，才能做到语言准确得体。

二、读者的角色

作者对读者的了解程度也对写作的策划有直接的影响,通常说的“量体裁衣”就是这个道理,故不要忽略这个环节。读者信息包括:

- 身份(决定语气)
- 专业水平(决定用词)
- 人数
- 主次

如有可能,需要对你的读者或读者群作一番研究。假设只写给一位读者,你要对他(她)的境况、需求、期望、作风和心态做一番探讨。倘若不止一位读者,你要分析一下他们的整体构成和各自的特殊性,以区别核心读者和外围读者,然后既有重点对象,又有全局考虑。如果无法获取读者的全部相关信息,你最好也作一番推测或想象,使你心目中形成“虚拟读者”。有了这个假定的交流对象,你的文章才会“有的放矢”。

三、预期的目的

我们写任何材料,都要有其目的性。发生冲突时,也许向对方解释、致歉、抱怨、警告;在双方合作时,可能会提出邀请、请求、建议或表示认同、祝贺等等。在上下级工作交流时,常常需要通知、分析、表扬、劝说、请示、汇报等。总之,做任何文章都要明确所要表达的中心大意。如果不能让对方明白你的用意,就没有收到预期的效果。

应用文是很务实的,它的风格与文学语言截然不同,一般极少抒情,且不兜圈子。有时也需要讲大道理,但一定不可脱离实际问题去夸夸其谈。效率是第一位的,因此最好开门见山,切中主题;文字应简洁明了。

第二节 起稿 — 条理分明

自己动笔写,或借助电脑去写,可以说是写稿人迈出的第二步。但这一步象征着母腹中一个新生命的出世,因此有着特别重要的意义。从心理上讲,迈出这一步即意味着跨过了“万事开头难”的门槛,会使你由此看到了希望,找回了自信。

在写的过程中,我们需要完成如下几项任务:

一、确定篇幅

商务文书的篇幅从一页到几十页不等。从一开始,我们就要在脑海里为它勾画出一幅蓝图。按照预定的篇幅写,才不至于开无轨电车。

文章的展开方式多种多样,但多数文稿都可分为开头、主体和结尾三大部分。各部分所占比例视全文的长度而定。但一般情况下,开头和结尾都不宜超出一页。短到一个自然段,长到一个章节。

一头一尾虽小,其分量和意义却不亚于主体部分,特别对长篇文章而言尤其如此。从读者的视角看,在有限的时间内要把握大段文章的要旨,最佳途径是迅速捕捉一头一尾的信息。因此,这两部分写好了就意味着成功的一半。每一自然段的开头和结尾也具有类似的特点。

二、组织布局

要使文章具有逻辑性,使其结构严谨、环环相扣,需要我们有一个清醒的思路,从而使我们的文理有一个明确的走向。下面简要地列举若干写作模式。

(1) 由近至远

从时间定位,可以先从眼下的事谈起,然后涉及将来,从今天到明天。从空间定位,可以从局部推到全局,从内部延至外部,从某个人联想到更多的人。

(2) 由浅至深

要照顾到读者的接受能力和认识水平,最好先谈他们熟悉的东西,渐渐地导出新鲜、生疏、复杂的内容。如果无视你的读者,再漂亮的文字也起不到预期的作用。

(3) 由轻至重

心理学的研究告诉我们,人们记忆最深的是最新获得的信息。因此我们有时把最重要的内容排在最后不失为最佳选择。

三、区分类别

从表面看,天下的文章千姿百态,各有千秋。其实,文字的表述都有一定的规律可循。在给自己的文章定位时,以下几点值得我们注意。

i. 记叙与非记叙

记叙文一般是按时间序列展开的,作者在叙述时通常使用谓语动词过去式,标志着事情曾经发生。商务文书不同于小说语言,要遵循真实性的原则,因此叙述的事情要基于事实。不过,在公文写作这个语域,非记叙性文字所占的比例更大。

ii. 互动性与单向性

如果书面交流是双向性的,就表现出互动的特征,即有来有往或一问一答。这种交流近似于一场对话。对话的双方既要清楚表达自己,又要尽力把握对方的意图和心态。对话或许是一个回合,或许是连续几个回合。互动过程中

将出现的变故和调整有时是不可预知的。相比之下,单向性的文字比较简单,作者不要求对方答复,而只是设法通过某种手段准确、完整地传递信息。

iii. 抽象信息与具体信息

信息是多种多样的,但可将其归为抽象与具体两大门类。“抽象”指的是不含事例或实证的信息,而“具体”则恰好相反。举例来说:

Judy, you've proven to be indispensable again.
Your work for the textbook committee has made all of
our jobs easier.

可以说,第一句提供的是抽象信息,而第二句则将它具体化。在写作时常采用这种从抽象到具体的模式,先宏观,后微观。不过我们也可采用另一截然相反的模式,即先摆出若干具体实例,然后给出抽象化的结论,类似逻辑学中运用的归纳推理。

iv. 客观描述与主观判断

在分析语篇结构时我们常用到两个词:事实(FACT)和观点(OPINION)。凡是属于客观现实的均归为 fact,属于主观判断的归为 opinion。如:

Recently, there have been a number of articles in
various magazines concerning IT enterprises in China.
Rather than just copying them all or writing a summary

of each one for the president, you need to categorize the information according to areas of interest.

上例第一句为客观描述,而第二句是个人意见。事实与观点不可混为一谈。如果是阐述事实,要有依据,不能凭空臆想。在上例中,事实用作背景来引出观点。

第三节 定稿 — 精雕细琢

对定稿的认识,往往存在几个偏差。不少人认为一旦收笔就大功告成,没有必要反反复复;还有部分人认为改稿就是核对检查一遍拼写和标点而已,用不着花大气力;另有人将稿件的润色或修正看作是他人的事。

其实,改稿的过程是发现的过程,也是学习提高的过程。在这里,我们提倡一个口号:给自己做编辑。

人的认识和感觉不是恒定的,一时对自己写出的文字可能很满意,但当你重新审视时,你很可能不再感到满意。有些作家和学者甚至鼓励大家将写好的文稿搁置一段时间再回头审视(*getting distance*),因为这样更有助于你跳出原来的定势,从而站在旁观者的角度来评判自己的作品。通过实践,不少人发现这种润稿方式果真有效,大概也是应验了中国的一句古话:不识庐山真面目,只缘身在此山中。

假如你感到很难发现问题,不妨采用大声朗读的方式,将自己的大作念出来给别人听,或只给自己听,或请别人念给你听。在听的过程中你可能会新的体验。

你的终稿与初稿相比大概已经面目全非,但这未必是坏事,因为通过你的精雕细琢,稿件的质量会步步提高,直至你满意为止。

如果你是一位合格的职业人士,你必须养成好的写作习惯,宁可千锤百炼,不愿粗制滥造。

一、修改

修改稿件可以从整体和细节两大方面考虑。

整体衡量包括:

- 审视框架(布局是否合理、首尾是否均完整、分段是