



普通高等教育“十一五”国家级规划教材  
(高职高专教育)

# CENTURY BUSINESS ENGLISH 世纪商务英语

综合教程 IV (第二版)

国际贸易实务交际

新世纪高职高专教材编委会组编

主审 孔庆炎 主编 刘卉 栗景牧



大连理工大学出版社



普通高等教育“十一五”国家级规划教材  
(高职高专教育)

# CENTURY BUSINESS ENGLISH 世纪商务英语

综合教程 IV (第二版)

国际贸易实务交际

新世纪高职高专教材编委会组编

主审 孔庆炎 主编 刘卉 栗景妆



大连理工大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

世纪商务英语综合教程 4. 国际贸易实务交际 / 刘卉,  
栗景妆主编. —2 版. —大连: 大连理工大学出版社,  
2007.8

普通高等教育“十一五”国家级规划教材  
ISBN 978-7-5611-3505-1

I. 世… II. ①刘…②栗… III. 商务-英语-高等学校:  
技术学校-教材 IV. H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 028228 号

大连理工大学出版社出版

地址: 大连市软件园路 80 号 邮政编码: 116023

发行: 0411-84708842 邮购: 0411-84703636 传真: 0411-84701466

E-mail: dutp@dutp.cn URL: <http://www.dutp.cn>

大连金华光彩色印刷有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

---

幅面尺寸: 185mm×260mm 印张: 18.75 字数: 419 千字

2005 年 10 月第 1 版 2007 年 8 月第 2 版

2007 年 8 月第 2 次印刷

---

责任编辑: 邢兆梅

责任校对: 王昆双

封面设计: 波 朗

---

ISBN 978-7-5611-3505-1

定价: 32.00 元

# 总序

《世纪商务英语》是新世纪高职高专教材编委会富有积极的进取精神的一次大胆尝试。

由大连理工大学出版社组织推动的新世纪高职高专教材编委会,是一个由全国 100 余所志同道合的优秀高职高专院校组成的高职高专教材建设者联盟。编委会走过的历程,见证了我们的与众不同:编委会是迄今为止第一个完全按照市场原则来长期进行高职高专教材建设运作的大型组织。从编委会诞生的第一天起,我们就选择了以高职高专教材的特色建设为己任。这不仅是由于我们拥有对高职高专教育未来发展的更为贴近实际的认识,也由于我们拥有一整套完全属于自己的切实可行的关于教材建设的创新理念、创新组织形式与创新运作方式,更由于我们一直以来对高职高专教材品牌、特色与创新的始终如一的执著追求和坚忍不拔的长期努力。

在编委会的所有经历中,关于教材建设理念的独到解释非常值得一提。这一理念可简述如下:所谓教材建设,就是建立在教学实践基础上的教材的不断深化、不断完善的过程。在编委会的整个教材建设过程中,这一理念不仅已成为我们的核心指导原则,而且它的深受高职高专教学单位欢迎的结果,也鼓舞了我们实现任何高职高专教材特色建设的勇气。

然而,高职高专英语教材特色建设的情形则有所不同。就其实用性而言,高职高专与非高职高专的英语教育并无本质区别,加之我国高职高专教育发展的历史尚短,高职高专英语优秀人才的累积也略显不足,因而,许多早期高职高专英语教材的编写,宁可倚重非高职高专院校的英语教师参与,有其积极的意义。但是,按照我们教材建设的上述理念,如果不能以高职高专一线教师为主体来实施高职高专英语教材建设的具体运作,就根本无法实现完全适合高职高专教学需要的英语教材建设预期。

这的确是一个两难选择。事实上,编委会要建设自己品牌的高职高专英语教材的想法由来已久。但我们也深知完全依靠一直很少涉足英语教材建设的高职高专一线教师来完成这一重任的艰难程度。因此,我们并没有从一开始就贸然地启动这个项目,而是选择在较好地实现了足够数量的非英语类高职高专教材特色建设的经验累积,若干专业英语类相关教材建设的成功尝试,以及对公共英语相关项目的具有积极意义的探索和准备之后,才开始尝试涉足这个领域的。

尽管我们在推进高职高专英语教材建设的过程中遇到了诸多困难,但终能如愿以偿,在很大程度上也有赖于我们的一些具有重要指导意义的体悟。编委会有一句名言:我们相信用心与努力胜过相信经验与资历。编委会有一个信条:在目标一致基础上达成的共识优于任何情况下的一己之见。这些在非英语类高职高专教材建设中屡试不爽的成功做法,在高职高专英语教材建设的过程中也得到了同样的印证。

我们欣喜地看到:由于我们付出的辛勤努力,我们的关于教材建设的上述理念,也正在英语教材建设中显现其非凡魅力。在我们高职高专一线教师所立足的英语教学实践这个基础之上,由我们自己培育出来的一株幼苗正在茁壮成长。我们现在或许还不能做到足够完美,但是,我们始终坚信:我们会比任何人都更加清楚地知道自己需要什么,只要我们坚定不移地朝着既定目标不懈努力,就一定会越做越好。

我们已经跨越了起跑线。我们绝不会放松前进的脚步。我们正在推出的包括《综合教程》、《听说教程》、《口语教程》、《阅读教程》、《函电与单证》、《写作训练》、《翻译教程》及《语音教程》等在内的高职高专商务英语系列教材——《世纪商务英语》必将伴随着赞誉的鼓励与批评的鞭策,日臻完善,走向成熟。

耕耘过后,我们期待着在一个有足够创新精神的编委会的土壤里成长出更多更优秀的高职高专商务英语教育人才,期待着收获一个更好更切合高职高专商务英语教学实际的教材品牌。

新世纪高职高专教材编委会

2005年6月

全球化首先表现为经济全球化,而全球化面临的一个重大障碍就是语言交流的障碍。全球化大环境下的中国又处于经济全面对外开放的形势下,这就更加激起了外语学习的热潮。如果说在我国改革开放初期国家主要需要的是专门学习外语的人才,那么在经济全球化的今日,需要与外国人打交道的就远远不止是专门的外语人才,而是各行各业各个层次的有关人员。如果说传统的涉外活动多涉及外交和少数对外贸易的垄断部门,今天则是全民从事涉外活动,而首当其冲的全面涉外活动就是与外国人做生意。这不仅涉及传统的进出口的大公司,连农民个体生产者要出口自己的产品也要搞涉外贸易。就连旅游点的当地老乡也会拿着自家的小产品向外国游客兜售。所以满足涉外贸易需要的“商务英语”(Business English)就成为全民搞涉外活动的第一语言需要。

这种“商务英语”与传统的“商务英语”既有其性,又有差别。相同之处是属于专门用途英语(English for Specific Purposes),是共核英语基础的延伸。不同之处在于今天的商务英语的使用者是各行各业的全民,其中既包含传统的商务英语的使用者,更涵盖对英语一知半解却又需要使用英语进行各自的“商务”活动的人们。后者已经是或即将成为这一群体的主体。

这一更为广泛的商务英语的使用群体需要学习什么样的英语呢?传统的先打好英语语言基础再学习与商务活动相关的专业英语的思路显然是与此要求南辕北辙的。十几年来我有机会受教育部的委托从事高职高专英语教学的研究和指导工作,与高职高专教育英语课程教学指导委员会一道探索出了“实用英语”这一高职高专英语教学的大方向,受到了教育部和全社会的肯定和欢迎。据此我认为,我们今天提供给读者的“商务英语”应该体现如下理念:

1. 职业教育的重要组成部分:“商务英语”是我国职业教育的重要组成部分,其教学目标首先是培养实际使用英语去从事涉外商务活动的能力,也即能够处理商务业务的“实用英语”。

2. 符合各个层次的实际需要:这一需要不是学会一门外语的需要,而是学会使用英语去从事实际涉外交际的需要。换句话说,学习目的不是为了今天或以后学会一门外语,而是为了实际涉外交际的迫切需要;

3. 学一点、会一点、用一点:不把外语作为一门语言来学,更不作为一门学问来学,而要作为一门技艺来学。不强调打下坚实的语言基础,而突出实际技能的培养。

4. 口头交际和书面交际:海外交际首先要突出听说交际,文字书面交际只是口头交际的支持和凭证。或者说,初级交际更要突出口头交际,高级交际才涉及书面交际的强有力的支持。因此教学安排要先听说后阅读,以改变我国外语教学以教授阅读为主的思路。

5. 教学内容要有针对性:首先要以市场需求和就业为导向,这也就是我上面所说

的“实用英语”。不过“实用”本身还是一个宽泛的概念,“实用”还要有针对性。既要针对市场需求,又要针对培养人才的类型和所要达到的培养目标。同样培养酒店涉外服务人才,经理和服务员的培养要求是不同的,因此其学习内容的针对性既会有共同的实用性,更会涉及不同岗位的差异性。但在强调针对性差异的同时,还必须寻求针对性中的共性才能避免英语教学走上个体教学的极端。

因此,编写商务英语教材首先要对其使用对象进行定位,找出其需求的共性和差异,而后再针对共性照顾差异地去编写相应的教材。《世纪商务英语》的使用对象首先是高职高专商务英语专业的学生,其次是使用英语从事涉外商务活动的广大商务工作者。他们具有以下共性:

1. 他们都在中学学过一定程度的英语,打下了初步的英语基础;
2. 他们学习英语的主要目的是使用英语去从事各自的业务活动;所涉及的涉外活动首先是口头涉外活动,其次是业务中需要处理的商务文献,如商务广告和业务单据等。
3. 他们需要学英语,但英语又不是他们的主要目的。因此他们没有足够的时间去打扎实的语言基础。他们学习英语的主要目的是为了利用英语从事商务交际,收到学习英语的“即期效果”。

基于以上考虑,《世纪商务英语》的编者遵循了如下编写原则和思路:

1. 分层次有针对性体现“实用”:《世纪商务英语》分为通用涉外交际、通用商务交际和外贸实务交际3个层次,其中通用涉外交际又包含日常涉外交际。也就是说,《世纪商务英语》涵盖涉外商务活动的各个层面,既涉及基础英语,又涉及商务业务英语,力求将二者紧密结合融为一体。既从基础学起,又渗透实用场景下的语言交际。与此同时,《世纪商务英语》还为特定的涉外英语交际技能的培养编写了诸如商务口语、商务阅读、商务翻译、商务写作、函电与单证等教程。

2. 重视听说、加强表达、突出实用阅读:教材编排以听说训练为主导,引导学生获取表达技能,实现课堂教学的“学一点、用一点”的原则。阅读则突出实用性文献资料,寓文化教育于实用教学之中。

3. “精讲多练”、“讲为练”、“练为用”:教材不只是“教”,更要注重“学”,不是“教懂/学懂”,而是要“教会/学会”。

4. 选材注重涉外语言交际的典型性、实用性、思想性、时代感、趣味性、可模拟性和可操作性。这样教材才能保证“教起来生动,学起来有趣,便于模仿,学了能用”。

《世纪商务英语》是在体现“实用英语”这一职业英语教育大方向的改革实践中迈出的新的可喜的一步。尽管会有这样那样的不足,但其认真探索职业英语教育的努力是值得充分肯定的。我相信,《世纪商务英语》一定会受到大家的爱护和欢迎。

孔庆炎

2007年1月



# 前言

《国际贸易实务交际》是《世纪商务英语综合教程》的终结篇,其主旨是培养学生使用英语去实际处理外贸业务的实用英语能力。我们学习商务英语的根本目的是使用英语去处理涉外商务,也就是广义的“外”贸业务。它涉及商务的方方面面,包括产品、价格、订货、运输、付款、银行信贷与支付、代理、保险等各个领域。因此,我们编写的《国际贸易实务交际》是以外贸为依托来培养学生使用英语去实际处理涉外商务的能力。

《国际贸易实务交际》虽以外贸为依托,但不去涉及外贸的理论概念,而突出“做”外贸的实际业务环节。从业务角度讲,凡对“外贸”有兴趣者只要认真学习都可以理解和使用。因此,教程的适用对象并不仅仅局限于高职高专学生,也可供愿意在毕业后从事涉外商务工作的高年级的大学生和研究生选用,更适合于工作在外贸一线上从而急需提高涉外商务英语能力的广大业务工作者。《国际贸易实务交际》还会为一般商务和管理专业的学生提供他们急需的竞争涉外业务岗位的实用英语能力。

《世纪商务英语综合教程Ⅳ——国际贸易实务交际》共分13章,涉及国际贸易(进出口)及外贸通信概述、询价、报价、订货、进出口进程、银行及支付、投诉与索赔、代理、运输、保险等全过程。

每章大体包括四部分:业务主题介绍、信函或单证演示、语言学习重点和模拟使用、实用业务英语操练。分别介绍如下:

**业务主题介绍:**简要介绍本章业务主题所涉及的实际业务交际的有关方面,特别突出所涉及的英语交际过程和内容。

**信函或单证演示:**除仅提供主题内容介绍的第一和第六章外,其余各章都围绕某一实际涉外业务交际主题提供了典型的往来业务信函和相关单证。学习这些信函和单证,学生不仅能够阅读相关的信函和单证,还能在一定的练习指导下学会模拟套写这些信函和单证。全书前半部分以培养模拟套写信函的能力为主,后半部分则以训练单证填写能力为主。

**语言学习重点和模拟使用:**这一部分也是本教程的一个重要特色,它根据本章业务主题归纳了本章的重点术语,以便学生重点记忆和学习使用;还收集编配了处理本章业务主题常用的业务交际语句,供学生学习后去扩大适应业务交际范围。

**实用业务英语操练:**我们编写这一操练环节的重点是培养学生模拟套用业务英语的实用交际能力。语句汉译英以及信函和单证套写是本练习的重点。

总之,业务主题介绍和信函或单证演示侧重内容和单证格式的理解;语言学习重点和模拟使用以及实用业务英语操练则侧重词语和语句的记忆和使用。换句话说,在读懂第一、二部分的基础上,要侧重去记忆和套用第三部分的词语和语句,而后用第四部分的练习来检验学习的收获。

本教程的另一个突出特点是将有关生词的汉语意义标注在相关文字的右侧,这不仅减轻了学习者翻查词典的繁重负担,而且有助于培养学生连续阅读并在阅读的上下文中记忆生词的能力。全书最后还提供了练习答案和按字母顺序排印的总词汇表,方便学生在学习过程中查阅使用。

《世纪商务英语综合教程Ⅳ——国际贸易实务交际》由刘卉、栗景妆任主编,王悦、陶源和韩蕴老师参与了编写。



本书在编写过程中参考了大量的国内外有关资料,得到了许多学界前辈、同行及外籍教师的热心帮助和指导。本书尤其承蒙大连理工大学孔庆炎教授审订,并在编写全过程中得到孔庆炎教授的具体指导,在此深表谢意。

《国际贸易实务交际》是我们多年来教授商贸英语经验的总结,编写思路和试编的教材都受到了师生的好评。这次编写出版前又经过了认真总结、改进、补充和全面更新。然而疏漏和不当之处依然难免。我们衷心希望得到各位的批评和指正。

所有意见、建议请寄往:gzjckfb@163.com      gzjy@dutp.cn  
联系电话:0411-84707604

编 者  
2007年7月

# Contents

Chapter	Page	Topic
Chapter 1	Page1~Page9	Introduction, International Trade 国际贸易 Import & Export 进口与出口
Chapter 2	Page10~Page29	Means of Communication for International Trade 国际贸易的通信手段
Chapter 3	Page30~Page44	Inquiries 询价
Chapter 4	Page45~Page63	Offer and Quotation 报盘与报价
Chapter 5	Page64~Page84	Order 订货
Chapter 6	Page85~Page104	Export and Import Transactions 进出口交易实务
Chapter 7	Page105~Page122	Banking & Payment 银行业务与支付
Chapter 8	Page123~Page145	Terms of Payment & Letter of Credit 付款条件和信用证
Chapter 9	Page146~Page164	Payment Problems in International Trade 国际贸易中的支付难题

Chapter	Page	Topic
Chapter 10	Page165~Page182	Complaints & Adjustments 投诉与理赔
Chapter 11	Page183~Page206	Agency 代理
Chapter 12	Page207~Page232	Transportation and Shipment 运输和海运
Chapter 13	Page233~Page262	Insurance 保险
Glossary I	Page263~Page280	
Glossary II	Page281~Page289	





# Chapter 1

## International Trade

### 国际贸易

### Import & Export

### 进口与出口

# Topic Introduction



## ❖ I. Import/Export Business 进出口贸易

### I) International trade is one of the hot industries of the new millennium 新千年的热门实业

From importing exotic fashions to exporting heavy equipment, the international trade business will take you all over the world and into all product niches.

International trade is one of the hot industries of the new millennium. But it's not new. Think Marco Polo. Think the great caravans of the biblical age with their cargoes of silks and spices. Think even further back to prehistoric man trading shells and salt with distant tribes. Trade exists because one group or country has a supply of some commodity or merchandise that is in demand by another. And as the world becomes more and more technologically advanced, as we shift in subtle and not so subtle ways toward a one-world mode of thought, international trade becomes more and more rewarding both in terms of profit and personal satisfaction.

Importing is not just for those lone footloose adventurer types who survive by their wits and the skin of their teeth. It's big business these days — to the tune of \$1.2 trillion annually in imported goods according to the U.S. Department of Commerce. Exporting is just as big. In one year alone American companies exported \$772 billion in merchandise to more than 150 foreign countries. Everything from beverages to commodores — and a staggering list of

外国产的

合适的地位

千年期

运货大队; 圣经的

史前的

部落

日用品; 商品; 需要

微妙的

有回报的; 利润

孤独的; 自由自在的

智慧; 勉强

与……合拍

万亿

十亿

饮料; 橱柜; 惊人的

other products you might never imagine as global merchandise — are fair game for the savvy trader. And these products are bought, sold, represented and distributed somewhere in the world on a daily basis.

But the import/export field is not the sole purview of the conglomerate corporate trader according to the United States Department of Commerce. The big guys make up approximately four percent of all exporters which means that the other 96 percent of exporters — the lion's share — are small outfits like you will be at least when you're new.

## II) Why to Import or Export? 进出口的理由

Why is importing such a big business in your country and around the world? There are lots of reasons, but the three main ones boil down to:

**Availability:** There are some things you just can't grow or make in your home country. Bananas in Alaska, for example, mahogany lumber in Maine, or Ball Park franks in France.

**Cachet:** A lot of things, like caviar and champagne, pack more cachet, more of an "image," if they're imported rather than home-grown. Think of Scandinavian furniture, German beer, French perfume, Egyptian cotton. Even when you can make it at home, it all seems classier when it comes from distant shores.

**Price:** Some products are cheaper when brought in from out of the country. Korean toys, Taiwanese electronics and Mexican clothing, to rattle off a few, can often be manufactured or assembled in foreign factories for far less money than if they were made on the domestic front.

Aside from cachet items, countries typically export goods and services that they can produce inexpensively and import those that are produced more efficiently somewhere else. What makes one product less expensive for a nation to manufacture than another? Two factors: resources and technology. A country with extensive oil resources and the technology of a refinery, for example, will export oil but may need to import clothing.

精明的  
经销

范围  
联合体;公司/法人的

最大份额  
机构

归结为  
生产能力

桃花心木,木材;热狗(肠)

商标知名度;鱼子酱;香槟

斯基的纳维亚的

更有气派的

马上说出  
制造;装配  
国内的

有效地

资源  
广泛的  
炼油厂

## ❖ II. Business Organization

### I) **Business Types: Sole Proprietorship, Partnership Or Corporation?** 经营实体: 独资、合资、有限责任

1. A sole proprietorship is a business with one owner. The owner is the business and the business is the owner. All income and expenses pass through to, and are filed as part of, the owner's personal return. If there is a business loss, the owner will enjoy a deduction to offset personal (paycheck) income. If the business makes a profit, the owner is responsible for any taxes due.

独有的; 独资经营

2. A partnership is similar to a sole proprietorship but has two or more owners. The partnership is not a separate legal entity from its owners but can hold property and incur debt in its name. A partner can be held liable for the acts of the other partners, increasing personal liability.

开支; 存档

减少; 补偿

薪金

应交付的

合资经营

3. A corporation is a separate legal entity. Incorporating a company allows a group of entrepreneurs to act as one, much the way a partnership does. It can protect its owners by absorbing the liability if something goes wrong. For example, lawsuits can be brought against the company instead of you personally; debt is incurred in the company name and you are not personally liable. The owner of a corporation is known as a shareholder.

法律的; 实体; 资产

招致; 负有法律责任的

有限(法人)公司; 合并  
企业家

吸收; 责任/债务

诉讼

股东

### 4. **Comparison of Business Types** 不同经营实体的对比

Type	Features	Advantages	Disadvantages
<b>Sole Proprietorship</b>	Non incorporated business owned and run by one person	Ease of startup Ease in management Decisions made quickly Getting all the profit yourself Not having to pay business income taxes, only individual income taxes	Owner has unlimited liability Difficulty of raising capital May be too small and inefficient Limited managerial experience Difficulty in finding qualified employees Limited life

特点; 优点; 缺点

无限的

债务

筹集资本

有限责任的

利润; 管理的



Type	Features	Advantages	Disadvantages	
		Be your own boss		
Partnership	Non-incorporated business jointly owned by two or more persons	Easy to start, simple contract Ease of management No business income tax More easily attract capital Larger and more efficient Easier to attract top talent (Law, accounting)	Each partner is fully responsible for debt (In a limited partnership this is not the case) Limited life Potential conflict Partners cannot sell their interest in the partnership	债务  潜在的;冲突
Corporation	Recognized by law as a separate legal entity By being a separate legal entity a corporation can sue and be sued.	Ease in raising capital Best management resources available Limited liability. Unlimited life Ease in transfer of ownership	Difficulty and expense of setting up a charter Owners and shareholders often have little say in the running of the corporation Detailed records must be kept Subject to many laws and regulations Double taxation. (Corporate and individual income taxes)	开支 章程 发言权  经受 控告(某人) 双重的;征税

## II) Business Attributes 不同经济实体的特点

### 1. Limited or unlimited? 有限责任还是无限责任

Liability The owners are liable or responsible for the debts of a company. 责任;有责任的

Unlimited liability means the owner may have to sell some or all of his personal possessions to help pay off the company's debts.

财产;付清

Limited liability means that the owner loses only the money he has put into the company and no more. He does not have to sell personal belongings.

\*Ltd. (Limited) after the company's name tells you that the company has limited liability.

\*Inc. (Incorporated) is especially used in the USA, while Ltd continues to be used worldwide for private limited companies whose shares are not available, eg: Kingsbury, Inc.

世界范围地

## 2. Private or corporate or public? 私有、股份还是上市公司?

Private: A company whose shares are not traded on the open market. Opposite of public company.

上市出售

反义词

Corporate: A company which has issued securities through an offering, and which are now traded on the open market. Also called publicly held or publicly traded. Opposite of private company.

发行的;证券

公开地

Public: PLC (Public Limited Company) is now often used to show that the company's shares can be bought by the public.

股票上市公司

公众

## 3. Sole proprietorship or Joint Venture 独资还是合资公司

Sole Proprietorship: A business organization that is unincorporated and has only one owner.

Joint Venture: A combination of two or more individuals or legal entities who undertake together a transaction for mutual gain or to engage in a commercial enterprise together with mutual sharing of profits and losses.

组合

承担

交易;相互的;获益;参与  
商业的

Joint Stock Company: An unincorporated business enterprise with ownership interests represented by shares of stock.

合资股份公司

所有权;利益

\*If neither Ltd. nor & Co. appear after the company's name, then it may be a sole trader, a single person doing business in his own name and on his own account.

个体的;业主

独立核算

## 4. Business Lifetime 公司的寿命

Partnership: the partnership would cease to exist, would be wound up, the debts paid, and residual assets distributed on the death or departure of one of the partners.

停止

结束;剩余的;资产