

全国高等院校国际

商务英语

统编教材

商务英语 专题写作

主编 李小飞

BUSINESS ENGLISH WRITING
ON
SPECIAL SUBJECTS



中国商务出版社

CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

BUSINESS ENGLISH

全国高等院校国际商务英语统编教材

商务英语专题写作

主 编 李小飞

江苏工业学院图书馆
藏书章

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商务英语专题写作/李小飞主编. —北京: 中国商务出版社, 2004. 8

全国高等院校国际商务英语统编教材

ISBN 7-80181-278-6

I. 商... II. 李... III. 商务—英语—写作—高等学校—教材 IV. H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 078266 号

全国高等院校国际商务英语统编教材 商务英语专题写作

主 编 李小飞

副主编 胡艳芬 张德玉

谢职安 刘庆秋

中国商务出版社出版

(原中国对外经济贸易出版社)

(北京市安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码: 100710

电话: 010—64269744 (编辑室)

010—64220120 (发行二部)

网址: www.cctpress.com

Email: cctpress@cctpress.com

新华书店北京发行所发行
三河汇鑫印务有限公司印刷

787×980 毫米 16 开本

28 印张 517 千字

2004 年 8 月 第 1 版

2004 年 8 月 第 1 次印刷

印数: 5000 册

ISBN 7-80181-278-6

G · 137

定价: 43.00 元

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64212247

全国高等院校国际商务英语统编教材编委会

总顾问 黄震华

顾 问 常玉田 宓智英

主 任 钱建初 李学新

副主任 吴小京

编 委 (以汉语拼音为序)

陈 洁 丁 溪 胡鉴明 李波阳 李小飞

潘 红 王晓群 王学成 谢晓莺 严 明

编 委 会

主 编 李小飞

副主编 胡艳芬 张德玉 谢职安 刘庆秋

编 者 (以姓氏笔画为序)

王永祥 王 威 刘汝山 江晓云 张雪莹

李 平 李立欣 李 丽 陈 明 祝凤英

曹 颖

前 言

本书以中级英语水平的中国学生为对象。所谓中级水平，指的是大体相当于英语专业的二三年级学生的水平。具体说来，这一水平的人已经掌握了四五千个英语单词，包括能较熟练运用两千左右的词汇，并比较熟练地掌握了英语写作的能力。

随着国际商务的发展和读者的需要，我们还将不断对这一系列教材进行补充和修改，以期形成读者欢迎的动态系列教材。本系列教材可作为大专院校商务英语专业的普及教材，也可供社会从事外贸和商务工作的读者使用。

本系列教材的特点是：1. 内容新、全面，专业性、可操作性强；2. 强调专业基础，重视语言运用，各书均配有大量练习，注重全面提高学生运用商务知识和英语的能力；3. 教材的编写者都是从事商务英语教学的一线教师，具有多年丰富的教学经验和极强的事业心和敬业精神。作者根据自身教学经验编写了配套的教师指导书和参考答案，可与同行交流，便于教师授课和辅导学生进行课后实践。

对学生的建议：

本教材的核心是商务领域中最常用、最具体、最实用、最前沿的写作专题。写作最注重写作体裁和题材的实用性，《商务英语专题写作》就是为了这一重要目的而编写的。同学们在学习本教材各章节时请注重以下几点：写作体裁和内容；写作格式和布局；写作语言和风格；写作套语；写作练习与实践。

学习写作切忌浮躁，尤其是学习商务英语写作。一定要踏踏实实，认真学习掌握每个商务专题的每个写作环节和细节，融会贯通，以期学以致用。要为自己设定一个目标，即面临毕业时，

(2) 商务英语专题写作

撰写出一份引人注目的个人简历,使自己走上梦寐以求的理想工作岗位;在工作岗位上,能够轻车熟路地用报告汇报自己的工作成绩,让自己脱颖而出;当工作单位需要时,为单位撰写新闻稿,给单位的产品和形象带来新闻媒体的免费宣传,也给自己带来好运……

对授课教师的建议:

《商务英语专题写作》教材不同于一般的商务英语写作教材,是一本专题教材。本教材所选专题具有很强的实用性和实践性,在您的用心带动和鼓励下,必会引起学生的强烈兴趣和学习欲望。

教材共分十六章,每章在四节左右。建议老师让学生课上学习和课下自学相结合,一周完成一章,比较长的几章,如“商务报告”、“涉外文书合同”、“商务新闻稿”、“电子商务文件”等,可三周完成两章,亦可两周完成一章。本教材虽为专题写作,但每章都自成一体,便于老师根据学期长短,灵活选学其内容。

本书各章的编者如下:

第一章	社交信函	谢职安、王永祥(天津商学院)
第二章	简历	李丽(辽宁大学)
第三章	通知和启事	胡艳芬(湖南商学院)
第四章	会议记录	胡艳芬(湖南商学院)
第五章	商务便函	江晓云(五邑大学)
第六章	商务报告	李小飞(山东财政学院)
第七章	图表和图表分析	祝凤英(山东财政学院)
第八章	企业介绍	张德玉、刘汝山(中国海洋大学)
第九章	产品推介文稿	王威(天津商学院)
第十章	产品使用说明	张德玉、刘汝山(中国海洋大学)
第十一章	市场调查	陈明(山东财政学院)
第十二章	广告	刘庆秋、李平(南开大学)
第十三章	新闻稿	祝凤英(山东财政学院)
第十四章	国际货物买卖合同	张雪莹、曹颖(天津科技大学/山东财政学院)
第十五章	电子商务文件	江晓云(五邑大学)

第十六章 网页英语

李立欣 (东北师范大学)

编 者

2004 年 7 月

目 录

第一章 社交信函 (Social Letters)	(1)
第一节 社交信函的要素	(1)
第二节 邀请信的写法	(6)
第三节 邀请信的回复	(10)
第四节 祝贺信的写法	(12)
第五节 感谢信的写法	(14)
第六节 慰问信的写法	(16)
第二章 简历 (Resume)	(21)
第一节 简历的基本要素和结构	(21)
第二节 简历的类型和内容	(36)
第三节 简历的语言特征	(43)
第四节 简历的写作技巧和原则	(46)
第三章 通知和启事 (Notices and Notes)	(57)
第一节 通知和启事的基本要素和结构特征	(57)
第二节 通知和启事的内容	(61)
第三节 通知和启事的写作技巧	(62)
第四节 通知和启事的常用套语	(63)
第五节 通知和启事的参考范例	(65)
第四章 会议记录 (Meeting Minutes and Summaries)	(79)
第一节 会议记录的基本要素和结构特征	(79)
第二节 会议记录的过程和内容	(83)
第三节 会议记录的写作特征	(87)
第四节 会议记录常用套语	(87)

(2) 商务英语专题写作

第五章 商务便函 (Business Memo)	(92)
第一节 商务便函的格式和基本结构	(94)
第二节 商务便函的语言和文体特征	(96)
第三节 商务便函的类型	(99)
第四节 商务便函的写作技巧和书写格式	(107)
第六章 商务报告 (Business Reports)	(111)
第一节 短报告	(111)
第二节 长报告的结构和内容	(126)
第三节 商务报告的语言特征和文体风格	(147)
第四节 商务报告的常用套语	(150)
第七章 图表和图表分析 (Graphs and Graph Analysis)	(154)
第一节 柱形图	(154)
第二节 线形图	(160)
第三节 饼状图	(162)
第四节 表格	(166)
第八章 企业介绍 (Corporate Profiles)	(172)
第一节 企业介绍的内容	(173)
第二节 企业介绍的形式	(182)
第三节 企业介绍的写作特点	(192)
第四节 企业介绍的常用套语	(195)
第九章 产品推介文稿 (Product Push)	(207)
第一节 概述	(207)
第二节 产品推介文稿书写通则	(210)
第十章 产品使用说明 (Directions for Product Use)	(224)
第一节 产品使用说明的内容和功能	(224)
第二节 产品使用说明的类型和文体特征	(225)
第三节 产品使用说明的写作结构、写作方法与技巧	(247)
第四节 产品使用说明的常用套语	(252)

第十一章 市场调查 (Market Investigation)	(264)
第一节 市场调查的内容	(264)
第二节 市场调查问卷的设计	(266)
第十二章 广告 (Advertisements)	(277)
第一节 广告的种类	(279)
第二节 广告英语的语言特点	(281)
第三节 广告英语的标题	(283)
第四节 广告英语的几种写作方法	(286)
第五节 广告口号	(294)
第十三章 新闻稿 (Press Releases)	(298)
第一节 新闻稿的基本要素和结构特征	(298)
第二节 新闻稿的内容和特点	(304)
第三节 新闻稿的风格、语言特点和写作技巧	(320)
第四节 评价一篇新闻稿优劣的标准	(323)
第十四章 国际货物买卖合同 (International, Commodity Sales Contract)	(330)
第一节 国际货物买卖合同的概念、特点、内容和基本格式	(330)
第二节 国际货物买卖合同的语言特点和写作要求	(341)
第三节 撰写合同的注意事项	(343)
第十五章 电子商务文件 (Online Business Writing)	(351)
第一节 电子商务文件的类别	(352)
第二节 电子商务文件的语言和文体特征	(353)
第十六章 网页英语 (Web Page English)	(377)
第一节 英语网址、网页的基本特点	(377)
第二节 网页英语的内容及其基本特点	(383)
第三节 网页英语的写作特点	(386)
第四节 网页英语常用词语	(392)

(4) 商务英语专题写作

附录一 练习参考答案	(400)
附录二 《商务英语专题写作》课程教学大纲	(427)
参考文献	(430)

第一章 社交信函

(Social Letters)

信函是人们日常生活、学习和工作中交流信息、传达情感的重要手段。按照目的和用途来分，可以分为两大类：商务信函（business letters）和社交信函（social letters）。商务信函主要是指贸易机构和企事业之间建立业务关系、进行贸易往来中互致的信函，而社交信函则是指亲朋好友之间为维系情感、加深友谊而写的书信。

随着我国改革开放的进一步深入和国民经济的迅猛发展，中外机构、企业、事业之间贸易、经济和文化的交流日趋频繁，人际之间的交往也随之深入起来。如今在工作、学习或旅游中交上几个外国朋友算不上什么新鲜事。不同文化背景之间的朋友交往除了宴请送礼之外，少不了信件往来。无论邀请还是接受邀请、感谢还是祝贺，写封信表示一下都是人之常情。

商务信函写得得体与否会直接影响到写信人在客户、竞争对手和老板面前的形象，严重时还可能影响与客户的关系从而造成生意的损失。同样，社交信函只有语言得体、内容切题、格式符合要求，才能达到维系感情、增进友谊的目的。

第一节 社交信函的要素

社交信函按其投寄对象和书写语体大致分为两种：私人信函和正式信函。人们通常给亲密朋友和家人写的属于私人信函，而给普通朋友和生意伙伴写的则属于正式信函。一般说来，正式的英语社交信函必须具备下列要素：

一、信头（letter head）

发信人单位名称、地址、发信日期。

例 1 English Department,

(2) 商务英语专题写作

College of Foreign Languages and Literature,
University of Commerce, Tianjin,
People's Republic of China
Jan. 16, 2004

例 2 No. 28, Grown Street
London, W. C. 10, England
Great Britain
16th Jan. , 2004

1. 英语信头的书写格式

商务机构或企事业单位的信笺一般在其正上方或左右上方印着其公司或单位的名称以及所在地址, 有的甚至还包括电话号码 (telephone number)、电报挂号 (cable address) 和信件编号 (ref. no.)。

例 1 25 East 8th Street, Apt. 3B
New York, New York State
United States of America
Tel: 212-603-4479
Post Code: 10011

例 2 American Foreign Trade Company
2901-2917 INDIANA AVENUE
CHICAGO, ILLINOIS

这时写信人如果代表单位写信, 只需在信头下面, 信笺的右上角加写日期即可。

从上面所述可以看出, 信头的作用在于让收信人了解信件的来源和发出日期, 以便收信人日后复信和查阅。如果原信笺上没有信头, 那就需要写信人根据下面的两种格式择其一种写上。

第一, 齐头式 (block form): 信头中的每一行第一个字母要对齐, 这是人们较为常用的一种形式。如:

30 Gongye Road
Zhangjiakou
Hebei Province
People's Republic of China
Jan. 20, 2004

第二, 缩进式 (indented form): 与齐头式相比, 这种格式要求信头中从

第二行开始依次向后缩进。在下面几行所占空间越来越少的情况下,使用这种格式给人一种新颖、奇特和形体美的感觉。如:

Foreign Languages Department
Xi'an Jiaotong University
Xi'an, Shaanxi
Jan. 20, 2004

2. 写信头时需要注意的事项

(1) 地名要按英语习惯从小到大依次排列,其中每个实义单词的第一个字母要大写;如果寄往国外,还要写上自己的所在国名,以便收信人识别;街道、城市以及美国的州等名称可以用公认的缩写形式,如用 H. K. 代表 Hong Kong, 用 Ca. 代表 California 等,句首的定冠词可以省略。

(2) 标点符号的使用有两种。一种是英语传统信头中地址部分每行后边要用逗号,最后一行结尾处用句点,这是比较正式的写法;另一种是每行后边均不用标点,因为这种方法简便易做,适合现代社会生活的快节奏,所以目前比较流行。不过无论采用哪种写法,中间应该用逗号的地方,如 New York, New York State 和 Xi'an, Shaanxi Province 中间的逗号,不可省略。

(3) 日期要写在地址下方,日期中的月份除 May, June, July 之外可用缩略形式,如 Feb. 14, 2004, 但月份后的缩略点以及日期与年份之间的逗号不可省略。日期的写法通常有三种格式,即 Feb. 14, 2004; Feb. 14th, 2004; 14th Feb., 2004。还有一种形式 14/2/2004 或 2/14/2004, 由于在日期小于 10 的时候英美表达方式容易混淆日期和月份,通常人们已经弃而不用。

二、收信人的姓名和地址 (inside name and address)

在正式社交信函中,除了信封上写明收信人的姓名和地址外,按照英语传统习惯还要注意在信内写上收信人的姓名和地址,也就是信内地址。这样做是因为西方人习惯保存信件,而一般不保留信封,这时看信人依然知道该信是写给谁的,因此在非正式信函中可以省略。信内地址的位置在写信人的地址和日期下面低于一两行的左端,其内容包括姓名、职务、地址和邮政编码。书写格式、标点和类型,如齐头式和缩头式,也要与信头保持一致。

例 1 Mr. Roland Pender, President

ABC Company
123 Berry Drive
Minneapolis NY 55106
USA

(4) 商务英语专题写作

例 2 Mr. Harry Hill
Sales Manager
Academic Industries Inc.
New York, NY 10099
USA

需要注意的是当信件是寄给某个公司或部门，而发信人不知道收信人的具体姓名时，依照英语惯例可以采用 attention line（由……亲阅）的做法，标明具体的收件人。attention line 放在地址与称呼之间，为了醒目，可上下各隔一行，也可全部用大写。

例 1 Attention of the Sales Manager

例 2 ATTENTION OF THE SALES MANAGER

三、称呼 (salutation)

称呼是对收信人尊敬的致意，放在左端，单独占一行。与汉语不同的是除了非常正式的场合之外，英语社交信函一般要求以 Dear 开始，接着根据收信人的性别和年龄写上 Mr.、Mrs.、Miss 或 Ms. 加姓或姓名（不可直接加名）。如 Dear Mr. John Smith, Dear Mrs. Smith, Dear Miss Smith, Dear Ms. Smith。其后常用逗号也可用冒号。

Ms.（女士）的使用要特别注意。只有在知道收信人为女性，但不知其婚姻状况时，用 Ms. 加她自己的姓名。西方有些女士喜欢这样称呼，但也有些女士更愿意被称呼为…夫人（如 Mrs. Smith）。这一点一般可以通过平常的交往或对方的来信中看出来。

如果是给单位或公司写信，可用 Dear Sirs 或 Gentlemen 作为称呼；给妇女组织或团体的信用 Dear Madam 或 Dear Mmes；给长辈写信用 Dear Father, Dear Uncle, Dear Uncle Tom 等；给平辈、下辈、亲朋好友比较随便，常用 Dear 加名而不是姓，如 Dear Lucy, My dear Tom 等。

四、正文 (the body of the letter)

正文部分是信件的重要组成部分。书信正文放在称呼语下面，隔一至两行，可向内缩进三、四个字母再写，也可采用齐头式，即每行首字母对齐。正文部分根据实际情形可分为若干段。一般的书信分为三段：引语、中心部分和结语。引语简明扼要介绍写信的目的或信的大意，中心部分为引语提供佐证材料、给出相关信息，结语一般是总结、建议、要求或愿望、祝愿。

信件正文部分的格式要特别注意。无论是缩进式还是齐头式，全文要一

致。每段之中行与行之间为一个行距，段与段之间要留双倍行距。书写或打印不要过于靠底边，否则会给人一种拥挤不堪的感觉。如有必要，可在第二张信纸上打一段正文，然后再签名。

正文语言也很重要。能否达到预期的目的，语言和语气起着至关重要的作用。为此，语气要尽量亲切、自然、诚恳，语言要简洁、流畅、清楚，语体运用要考虑到收信人的身份、地位，信的主题和与写信人的关系做到得体。这些将在后面作更多的叙述。

五、信尾敬语 (the closing or the complementary close)

结尾敬语相当于汉语信函中的“……敬上”或“……谨呈”，是商务信函和社交信函中必不可少的一项。它的位置取决于信函的书写方式，如果全部采用齐头式，就放在信件内容下面，隔一至两行从左端开头；如果采用缩进式，则放在右下边，与上边的日期对齐。

结尾敬语的内容依据信函的正式程度或写信人与收信人的关系而定。非常正式的场合，比如给地位比较高的人、老师、不太熟悉的人等，用 Yours very truly, Very truly yours, Respectfully yours；写给政府机关的用 Faithfully yours, Yours faithfully；比较正式的场合，比如熟悉的人，用 Sincerely yours, Yours sincerely, Sincerely, Very sincerely yours, Cordially yours, Very cordially yours；非正式场合，如写给亲朋好友、家庭成员等，用 Yours lovingly, Yours affectionately, Yours loving father/mum/son。有时在非正式场合还可以用一些祝愿、致意性质的词语作为信尾敬语，如 Best wishes, Warmest regards, See you 等以示亲切。

书写或打印结尾敬语需要注意的是无论采用齐头式还是缩进式，只有第一个字母大写，其余均小写，其后用逗号。

六、签名 (the signature)

签名部分包括写信人所代表的公司、机关、团体的名称，写信人的姓名、姓或名字、职务。如果是女性，一般需要在姓名前加“Miss”、“Mrs.”或“Ms.”，以便收信人回信时正确的称呼。男性如果第一个名字 (the first name) 不易与女性混淆，则不必在姓名前加“Mr.”。

例 1 Yours faithfully,
Johnson Electric Company
(Signature)
Thomas C. Johnson