

全国高等院校国际

商务英语

统编教材

商务英语函电 自学手册

主编 胡鉴明

A MANUAL OF
BUSINESS ENGLISH CORRESPONDENCE



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

商务英语函电 自学手册

主 编 胡鉴明

中国商务出版社

图书在版编目(CIP)数据

商务英语函电自学手册/胡鉴明主编. —北京: 中国
商务出版社, 2005. 11
全国高等院校国际商务英语统编教材
ISBN 7-80181-476-2

I. 商... II. 胡... III. 国际贸易—英语—电报信
函—写作—高等学校—自学参考资料 IV. H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 002886 号

全国高等院校国际商务英语统编教材

商务英语函电自学手册

主编 胡鉴明

中国商务出版社出版

(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](http://www.cctpress.com)

Email: [cctpress@cctpress. com](mailto:cctpress@cctpress.com)

新华书店北京发行所发行

北京密兴印刷厂印刷

787×980 毫米 16 开本

13.25 印张 240 千字

2006 年 1 月 第 1 版

2006 年 1 月 第 1 次印刷

印数: 4000 册

ISBN 7-80181-476-2
G · 193

定价: 23.00 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 宓智瑛

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

前 言

这本书是为“全国高等院校国际商务英语统编教材”之一的《商务英语函电》(Business English Correspondence)配套编写的学习辅导书。从编写指导思想到具体内容的安排都体现出这样一个特点:

即它定位于一个“学”字,包括“学什么”和“怎样学”两个主题。学什么?学的是国际商务英语函电写作。需要指出的是,首先,学习国际商务英语函电的写作不是学习写作的技术和技巧,而是学习“写什么”。因为写每一封信函要解决的都是实质性的国际商务的问题,也就是商业意图通过运用商业策略的具体体现,所以“学什么”的核心是“写什么”。通过“学什么”来培养、提高学习者的商战观念和商业策略意识。这是商务信函写作是否成功的大前提。其次,商务信函是为了达到特定商业目标而采用的手段,学习“怎样写”就是训练和培养实现商业目标的最佳的书面表达方式。

为了达到这个双重的目的,本书的内容编排包括四个方面,即学习要点、信函导读、难点释疑以及补充注释。

一、“学习要点”是原课本全文的汉译,帮助学习者对照阅读,加深理解课程内容。对于自学的读者而言这也是英汉对译的锻炼与实践,有利于强化学习者的英语阅读与理解的能力。“要点”对原文个别表达不够准确的地方亦加以订正。

二、“信函导读”是本书核心内容之一,对解决“怎样写”的问题,有很强的针对性。其中既包括以8个C的要求评析例函的用词和语句,还包括对汉英互译中的优、缺点加以评析。实践证明,要写好商务英语函电,光着眼于提高英语笔头表达能力是不够的,汉语水平的提高可以说同等重要,因为只有较高的汉语水平,才能把

握好两种语言的表达方式的对应关系,才能有效地研究两者之间在表达方式上的异同,以便把你要传达给外国商务对手的中文意思用英语较准确、贴切地表达出来。

三、“难点释疑”这个栏目是本书与众不同的一大特点。商务英语函电由于涉及的范围包括各种商务以外的邻近学科,如经济、金融、法律、政治方面的理论观点和术语,因此国际商务工作者的知识领域越广,他的商务英语表达水平就越高;反之,有时会由于缺乏某一方面的知识而举步维艰。比如,为了寻求海外客户,就需要了解大使馆和领事馆的有关职能。又如,买方与你签订合同时,写明“The buyer is justified in not accepting vessels chartered by the seller that are not members of the PICLUB.”(买方不接受非保险协会的船只。课本 P. 127),如果你不具备保险方面的有关知识,谈判时你就对这句话无法表态,令谈判卡壳。又如,课本 P. 286 中有一句话“In business practice, it is advisable to avoid sales by specifications accompanied by samples simultaneously.”(在生意实践上,凭规格,同时配以样品买卖的做法要注意避免),细心的读者会问,“为什么?为什么?”这个问题必须得到解答,否则这句话对你就毫无意义,更重要的是,你将不懂得接受这句话所包含的深刻的教训。

诸如此类的问题都是书中的难点,也是编者在多年教学实践中常常被学生问到的问题。本书在“难点释疑”这个栏目下开列了有关问题共 36 处。比如,在课本 P. 116 仲裁(arbitration)的论述中出现“律师费”(attorney fees)这个词,仲裁不是法律行动,为什么需要律师费?在课本 P. 119 有关仲裁的论述中又出现了“普通法国家”(Common Law countries)这样的名词,它的含义是什么?与国际贸易有何关系?又比如,课本 P. 315 的“non-tariff-zone”(非关税区)是什么?课本 P. 343 商务英语信函写作的“Inverted Pyramid Structure”(倒金字塔结构)又是什么,等等,都必须一一加以诠释,以帮助学习者扫除学习上的障碍,这也是本书所担负的辅导责任。

四、“补充注释”主要是对一些在课本中未曾加注而又比较常用的或特别的表达法如 high sounding (浮夸的)、a distant tone (冷淡

的语调), 或个别特别名词如 “The UN. Convention on Contracts for the International Sale of Goods” (《联合国国际商品买卖合同公约》) 进行注释, 以节省读者查阅相关词典的时间, 间接帮助他们提高学习效率。

在这里我向学习者推荐本书第二十章 (出口贸易“做单”过程实录), 原课本中没有这一章, 这是我的学生苏佩莲和陈慧明两位同学作为外贸战线的现职经理和主管人员的非常宝贵的经验归纳和心得体会, 她们在工作极度繁忙之中牺牲休息时间联手写成的这一章, 详细、系统地介绍了货物出口所必须具备的种种单证的申请和应用的全过程。除文字叙述外, 还包括 33 种有关单证按其出现的先后顺序, 配附在出口过程的 5 个环节之中。同时还介绍了各项单证的有关申请受理和处理的机关/机构以及申请方法。我相信这宝贵而特殊的一章将会对在校学生及社会上的自学读者提供十分有用的帮助。

胡鉴明

2005 年 11 月

目 录

第一章	导论	(1)
第二章	商务信函的格式	(4)
	第一节 简介	(4)
	第二节 语言风格	(4)
	第三节 商务信函的格式	(7)
	第四节 一般齐头式商务信函的格式	(8)
	第五节 信封地址	(12)
第三章	建立业务关系和资信调查	(14)
	第一节 建立业务关系	(14)
	第二节 资信调查	(15)
	第三节 实用表达法(略)	(16)
第四章	询价与报盘	(18)
	第一节 询价	(18)
	第二节 对询价信函书写的指引	(18)
	第三节 对询价的回应: 报盘	(19)
	第四节 报盘的内容要点	(20)
	第五节 回复询价函的准则	(23)
	第六节 信函示例(略)	(24)
	第七节 实用表达法(略)	(24)
第五章	回应报价	(27)
	第一节 婉拒报盘	(27)
	第二节 婉拒报盘的几个指导原则	(27)
	第三节 有条件地接受: 还盘/反报盘	(28)
	第四节 还盘信函写作的指导原则	(29)
	第五节 完全接受报盘	(30)
	第六节 接受报盘信函的书写指导原则	(31)
	第七节 信函示例(略)	(31)

第八节 实用表达法(略)	(31)
第六章 下定单及对定单的回复	(33)
第一节 简介	(33)
第二节 怎样下定单	(34)
第三节 定单的确认	(36)
第四节 实用表达法(略)	(39)
第七章 国际商务合同	(40)
第一节 国际商务合同简介	(40)
第二节 合同的标题	(42)
第三节 合同的说明部分	(42)
第四节 合同的主体	(43)
第五节 合同的生效	(46)
第六节 合同示例(略)	(46)
第七节 实用词语(略)	(46)
第八章 支付条款	(49)
第一节 支付工具	(49)
第二节 付款方法	(51)
第三节 信函示例	(55)
第四节 实用表达法	(56)
第九章 信用证	(58)
第一节 简介	(58)
第二节 信用证的各方	(60)
第三节 信用证的内容	(61)
第四节 信用证的种类	(62)
第五节 信用证的基本跟单程序	(67)
第六节 信用证结算的特点	(70)
第七节 合同中的付款条款	(71)
第八节 信用证示例(略)	(74)
第九节 信函示例	(75)
第十节 实用表达法(略)	(75)
第十章 装运及海运提单	(76)
第一节 海洋运输	(76)
第二节 合同中和有关信用证中的装船条款	(79)
第三节 海运提单的种类	(82)

第四节	海运提单的内容及其制作	(84)
第五节	信函示例	(87)
第六节	实用表达法	(88)
第十一章	包装	(89)
第一节	包装在外贸中的重要性	(89)
第二节	对外贸易的包装条款	(90)
第三节	不同种类的运输包装和包装容器	(91)
第四节	包装标志	(93)
第五节	装箱单和重量单	(94)
第六节	信函示例	(95)
第七节	实用表达法	(96)
第十二章	保险	(97)
第一节	对外贸易的保险业务	(97)
第二节	海上运输保险	(97)
第三节	承保险别的种类	(99)
第四节	投保	(100)
第五节	信函示例	(101)
第六节	实用表达法	(102)
第十三章	投诉、争议与索赔	(104)
第一节	投诉、争议与索赔的定义	(104)
第二节	不同种类的投诉、争议与索赔	(104)
第三节	信函示例	(105)
第四节	实用表达法	(107)
第十四章	代理	(110)
第一节	简介	(110)
第二节	委托人与代理人的关系	(110)
第三节	代理协议的内容	(111)
第四节	信函示例	(113)
第十五章	质量条款	(115)
第一节	简介	(115)
第二节	表达质量的方法	(115)
第三节	质量条款	(118)
第四节	质量保证	(118)
第五节	示例信函	(120)

第六节 实用表达法	(121)
第十六章 数量条款	(123)
第一节 数量条款的重要性	(123)
第二节 尺码和重量的单位	(123)
第三节 商品重量的计算	(125)
第四节 数量条款的应用	(126)
第五节 信函示例	(126)
第六节 实用表达法	(127)
第十七章 商品分类和价格条款	(128)
第一节 贸易商品的分类	(128)
第二节 国际贸易惯例综述	(133)
第三节 国际贸易中通常使用的价格条款	(135)
第四节 信函示例	(140)
第五节 实用表达法	(141)
第十八章 商务传真和电子邮件写作	(144)
第一节 简介	(144)
第二节 传真	(145)
第三节 电子邮件	(147)
第四节 实用表达法	(154)
第十九章 外贸单证	(155)
第一节 简介	(155)
第二节 国际贸易单证的种类	(155)
第三节 关于单证的问题	(156)
第四节 单证示例	(157)
第五节 实用表达法(略)	(159)
第二十章 出口贸易“做单”过程实录	(160)
第一节 “做单”的含义	(160)
第二节 “做单”的内容及过程	(161)
主要参考文献	(197)
后记	(198)

第一章 导 论

学习要点

一、从世界贸易的角度看，商务英语（Business English）不仅用于英语国家之间或非英语国家与英语国家之间的贸易活动，更值得注意的是，即使贸易双方都为非英语国家，例如中国与日本或与韩国的贸易活动也同样需要用英语。就这一点来说，世界上任何一种语言，在商务活动上的重要性都不能和英语相比。对于这个客观事实的正确理解，是学好商务英语的大前提。

二、随着我国改革开放政策的实施，以及随之而来的外经贸事业的迅速发展，对商务英语人才的需求在短时期内成千上万倍地增长。因此，对每一位学习者来说不仅要有学习的紧迫性，更要有学习的自觉性和使命感。

三、商务英语函电是外贸活动中使用最广泛的沟通工具，它贯穿在整个外贸活动的各个环节。不论使用何种沟通工具——信函、电报、电传、电子邮件或图文传真——它们都是商业信息的载体，都要体现政策水平、商业策略、营销技巧以及处理问题的能力，这是在全球贸易竞争中取得成功的不可或缺的武器。因此，商务英语函电绝不仅仅是一些写作技巧问题。明白这一点，就能体会到“a firm's silent salesman”和“a messenger of goodwill”的深刻含义。

四、要正确理解商务英语的内涵。商务英语是应用于商务领域的标准英语，像其他特定用途英语（E. S. P.）一样，它也有自己的特点。因此，要在学好标准英语的同时，注意学会商务英语的一些特殊表达法。

五、由于我国是非英语国家，在运用英语的同时，不能忽略学好本国语言，这样才能更有效地运用商务英语表达中文的意思。在学习过程中不断留意英汉这两种不同文化的语言的对比，特别是留意两种语言习惯表达法的异同，这是学好本学科的重要条件之一。

六、学好这门课还要注意以下几个问题。

1. 要学会了解国际贸易的复杂性。

(1) 要同时学习、掌握国际商务的基本知识，了解交易双方的经济、政治制度和有关法规。

(2) 对有关国际贸易的中间环节,如商品检验、运输、保险、金融、报关、外币汇率、仲裁、代理等内容都要有必要的了解。

了解以上两方面的知识才能有分析与处理实际商务问题的能力。

2. 要培养活泼的想象力,以保证你所写的信函有吸引力,令收信人感兴趣。这就是把你的信函变成为“a piece of friendly conversation by post”的意思,有时即使不得不写会令对方很不愉快的事情时,也要具有幽默感,以便创造解决问题的良好的气氛。

3. 要有良好的商业道德,每一封信函都应该是诚实的、友好的和可以信赖的。

七、希望读者在整个学习过程中,随时对照本教材的三个编写重点提出有针对性的建议或批评,以求改进。这三个重点是:

1. 系统地、实用性地全面介绍商务英语信函的写作。

2. 商务英语信函的实际写作技巧及其应用,是本教材的核心内容。

3. 尽可能用上当今商务英语活动中最广泛应用的有关材料,使学习者跟上最新的国际贸易实践的趋势。

补充注释

① (课本 P. 3) dollar and cent value

“The dollar”一词用来指美国货币的价值,因此 dollar and cent value 代表泛指的经济价值。

② (P. 4) E. S. P. (English for Specific Purposes)

特定用途英语

③ (P. 4) pragmatic competence

实际应用语言的能力

④ (P. 4) foreign trade professional

从事外贸工作的专业人才/行家

⑤ (P. 4) intermediate links

中间环节

⑥ (P. 5) business ethics

商业道德规范

⑦ (P. 5) keep abreast with / of

跟上时代,与……并进

e. g. A reporter must keep abreast of / with development of situation.

新闻工作者要跟得上形势的发展。

背景材料

年份	进出口总值 (单位: 亿美元)	与 2004 年的比较值
1950	11.4	约为 2004 年进出口总值的 11/1000
1952	31.0	约为 2004 年进出口总值的 31/1000
1957	105.0	约为 2004 年进出口总值的 1.0/100
1963	118.0	约为 2004 年进出口总值的 1.1/100
1978	355.0	约为 2004 年进出口总值的 3.5/100
1983	860.0	约为 2004 年进出口总值的 8.5/100
1988	1 027.9	约为 2004 年进出口总值的 10.2/100
1990	2 580.0	约为 2004 年进出口总值的 25/100
1997	3 000.0	约为 2004 年进出口总值的 30/100
2003	8 512.0	约为 2004 年进出口总值的 85/100
2004	10 017.0	

▲ 2004 年 9 月, 我国单月进出口值达 1 066 亿美元, 已超过 1988 年 1 027.9 亿美元的全年进出口值。

▲ 1980 年是中国改革开放的第一年, 中国进出口贸易占世界进出口贸易总额不到 1%, 位居世界第 32 位。

▲ 2004 年, 即中国加入 WTO 的第三年, 中国全年对外贸易总额达 10 017.0 亿美元, 已跃居全球第三位, 仅次于美国和日本。

第二章 商务信函的格式

学习要点

第一节 简介

判断商务信函是否成功的唯一标准是它能否令收信人同意你的意见，接受你的请求或建议。商务信函大体上可分为三个类型：

1. 建议行动；
2. 建立信誉；
3. 提供资讯。

怎样才能达到上述目的？本章从两个角度回答这个问题。第一，语言风格 (layout style)，它是有效的信函写作的重要策略之一；第二，是它的表现形式，即它的书写格式和结构 (the layout and structure of a business letter)。

第二节 语言风格

要想使你的信函能产生预期效果，你必须了解客户 (correspondent) 的需要，并清楚地表达你要说的话。每一封信函都应该在主题容许的范围内做到清楚、通情达理 (human)、乐于助人并且友好。最理想的信函应该用和对方亲切交谈的语调。它应具备七个“C”，即：

(1) Clear 清楚；(2) Concise 简明；(3) Correct 正确；(4) Courteous 礼貌；(5) Conversational 像谈话一般；(6) Convincing 令人信服；(7) Complete 完整。

上述七点要求，需要注意以下三个问题。

1. 信函的谈话式语调必须有专业性

书面谈话 (talk on paper) 并不是非正式的同义词, 它不容许有非专业的、违背专业习惯的 (unprofessional) 的表达风格, 比如 “hang on” (抓紧不放) 与低水平的词如 “snag” (意想不到的障碍) 在商务信函中就不能用。会话体意味着直接和令人觉得亲切, 与此同时, 不要走向另一个极端, 不分青红皂白的动不动就用程式化表达法, 以免损害你的善意和真诚。例如: “请注意” 不要用 “Please be advised” 代替 “Please note”; “让我解释一下”, 不要用 “I’d like to explain” 或 “I wish to inform you” 来代替 “Let me explain”。

正式的文风风格有利于建立与维持愉快的往来关系, 但过分正规的做法反而会产生负面的影响。

(课本 P. 8—P. 9, 所引用的第二次世界大战以前的过分正规的程式化商务信函风格以及与其作对比的改革后的会话体信函可作为有说服力的例证。前一信中所有黑体字的词都是现代商务信函中应该避免使用的。)

总的来说, 要很好地理解现代商务英语信函, 表现在避免长而复杂的句子, 不用 “your esteemed good self”、“in grateful receipt of” 等夸张的语调, 排除 (void) 法律用词和华而不实的 (high sounding) 表达法如 whereby, 以及老式的简写体如 ult (上个月)、prox (下个月)、inst (本月份)。此外一些逢迎、讨好的用语如 “We beg to remain”、“your obedient servant”, 在现代商务信函中也不宜应用。要记住运用简洁的英语, 体现温暖、友好和诚挚的语调, 这才是商务信函的正道。

2. 会话风格的写作技巧

(1) 应用缩略语

如 It’s, Isn’t, I’m, Here’s, We’re 可以增加人与人之间的亲切感。

(2) 使用第一、第二人称

个人身份的认同 (identify yourself) 令书信易看易懂, 就像面对面交谈一样。力求避免使用第三人称代名词, 如 this company (本公司)、the undersigned party (签字方) 和 the above mentioned (上述的……)。

注意使用 I, we, you 做主语, 避开被动语态, 使风格更直接、更清楚, 例如 “We’ve changed our address in our record” 就比 “Our address records have been amended” 要好。

(3) 使用直接问句

直接问句是口头语的主要部分, 现代商务英语提倡以直接问题取得直接答复, 不主张使用 whether (是……抑或) 这样的措词, 例如: “贵方打算继续这个账户还是把它过户呢?” 用 “Do you want to continue your account or

transfer it?”比之 “We would appreciate your advising us whether you want to continue this account or transfer it.” 就干脆利落得多。

(4) 建立人对人 (person to person) 的风格

在面对面的谈话中,讲话者和听者以及谈话中所使用的词语构成三个重要方面。在书面沟通中,读者就是听者,唯独缺少讲话者,因此写信的人通过遣词造句,清楚显示自己,才能使信函更易读、更具个性。

这样做首先开头的话就要先讲人而非讲物,例如:

“As you requested, we are sending you the company brochure.”

——“遵嘱,我们现附上贵方所需的我公司小册子一本。”(以人为主)

“Enclosed please find the information requested.”

——“随函附上贵方所需的资讯,请查收为荷。”(以物为主)

前一句显然比后一句亲切又有个性得多。

还要记住收信者也希望对写信者有一个精神上的形象 (mental image)。因此,像在面对面谈话时,使用我 “I” 和你 “you”, 让谈话简洁、诚恳和直接才能令对方产生好感,下面示例的两句话给对方留下的印象会截然不同。

“With reference to your fax of 2 March, we would inform you that your comments have been noted and measures have been taken to prevent this from happening again.” (impersonal)

——“关于贵方 3 月 2 日电传,我方特通知贵方,贵方的批评已受到关注并已经采取措施防止此类问题重现。”(缺乏人情味)

“Thank you for your fax of 2 March and your comments, your feedback have helped us to improve service, you were right to let us know.” (human)

——“深切感谢贵方 3 月 2 日电传,贵方反馈的批评已经帮助我们改进服务,贵方让我们了解有关情况是十分正确的。”(富有人情味)

(5) 采取以对方为中心的态度

要学会站在对方的立场上以友好的、乐于助人的态度去写信,不要以为自己公司什么事情都百分百正确,不要用乏味的、结构上步步为营的态度 (a defensive way of organization) 去写回信。以有人情味的复信回答对方有人情味的来函。

试比较以下两组信函的效果。

“We would like to take the opportunity at the fair to demonstrate our full range of products and services which we can offer our customers. (“we attitude”, 以我为中心的态度)

“Please join us at the fair and you will have the chance to see how our