

新世纪商务英语专业本科系列教材（第二版） / 总主编 王立非

全国高等学校商务英语专业教学协作组重点推荐教材

商务英语 写作教程

BUSINESS WRITING IN ENGLISH

主编 刘怡 丁言仁

新世纪商务英语专业本科系列教材（第二版） / 总主编 王立非

全国高等学校商务英语专业教学协作组重点推荐教材

商务英语 写作教程

BUSINESS WRITING
IN ENGLISH

主编 刘 怡 丁言仁

编者 刘 怡 俞 弘 王 欣

图书在版编目(CIP)数据

商务英语写作教程 / 刘怡, 丁言仁主编. — 上海: 上海外语教育出版社, 2016

新世纪商务英语专业本科系列教材. 第二版

ISBN 978-7-5446-4189-0

I. ①商… II. ①刘… ②丁… III. ①商务-英语-写作-高等学校-教材 IV. ①H315

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第306896号

出版发行: 上海外语教育出版社

(上海外国语大学内) 邮编: 200083

电 话: 021-65425300 (总机)

电子邮箱: bookinfo@sflep.com.cn

网 址: <http://www.sflep.com.cn> <http://www.sflep.com>

责任编辑: 陶 怡

印 刷: 上海新艺印刷有限公司

开 本: 850×1168 1/16 印张 14.25 字数 392千字

版 次: 2016年4月第1版 2016年4月第1次印刷

印 数: 5 000 册

书 号: ISBN 978-7-5446-4189-0 / H · 1940

定 价: 30.00 元

本版图书如有印装质量问题,可向本社调换

总主编 王立非

专家委员会: (按姓氏笔画排序)

王晓群	王鲁男	邓海	平洪
叶兴国	史兴松	吕世生	刘法公
许德金	严明	杨霞	李生禄
肖云南	陈建平	陈洁	陈准民
林添湖	俞洪亮	洪岗	宫恒刚
姚效军	贺云	翁凤翔	郭桂杭
黄国文	彭青龙	程幼强	谢群

Helen Spencer-Oatey 教授 (英国华威大学)

Peter Franklin 教授 (德国康斯坦兹应用科技大学)

V. J. Bhatia 教授 (香港城市大学)

Winnie Cheng 教授 (香港理工大学)

总序

进入“十三五”，我国高等英语教育迎来改革创新和特色发展的关键期，商务英语专业也随之从规模发展进入内涵发展和质量提升的新常态。全国已有251所高校开办了商务英语本科专业，有近500所高校开设了商务英语方向或课程。2016年，教育部制订了《高等学校商务英语专业本科教学质量国家标准》（以下简称《国家标准》），对商务英语人才的培养提出了明确要求，以满足对外开放的国家战略需求。

为了认真贯彻落实《国家标准》，全国高等学校商务英语专业教学协作组与上海外语教育出版社密切合作，对入选“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材的“新世纪商务英语专业本科系列教材”进行全面修订。修订后的“新世纪商务英语专业本科系列教材（第二版）”体系更加完整，涵盖英语知识与技能和商务知识与技能两个模块，很好地体现出《国家标准》对商务英语专业学生知识和能力的要求。

本系列教材中，英语知识与技能模块包含《商务英语综合教程》、《商务英语听说教程》、《商务英语阅读教程》、《商务英语写作教程》、《商务英语论文写作》、《英语口语译教程》、《商务英汉翻译教程》、《国际贸易实务与操作》等。

商务知识与技能模块包含《国际商业伦理》、《国际商务合同》、《国际经济学》、《国际知识产权》、《国际营销》、《国际支付》、《国际贸易单证》等简明教程。

本系列教材具有以下四个特色：

第一，完全对接《国家标准》规定的培养目标和课程体系，突出打牢英语基本功，拓宽国际视野、提升人文素养，培养商务意识和素养，提高商务英语技能、商务实践能力、跨文化交流能力、思辨与创新能力。

第二，编写理念先进，选材新颖，充满时代感；坚持语言、文化、商务三者有机结合，充分体现国际化、人文性、复合型、应用性的特点和全人教育的理念。

第三，体系完整，覆盖商务英语专业核心课程，英语知识与技能教材突出听、说、读、写、译、跨文化交际等技能训练导向；商务知识与技能教材理论体系完整，知识讲解简明扼要，语言原汁原味，配套练习实用性和可操作性强，注重中外真实案例分析，培养思辨和创新能力。

第四，课堂任务设计多样化和立体化特色鲜明，突出网络多媒体技术的应用，提供丰富的视频材料和教学资源，加大了语言学习的趣味性和输入的有效性。

本系列教材为全国高等学校商务英语专业教学协作组重点推荐教材,由国内商务英语教学专家编写,可供一、二年级商务英语专业本科生、英语专业商贸方向学生、财经类院校本科生以及各类经管专业本科生使用,同时也可作为大学英语ESP课程以及各类企业培训和社会商务英语爱好者的学习参考书。本套教材的修订得到上海外语教育出版社领导和编辑的大力支持,在此表示衷心感谢!

王卫华

全国高等学校商务英语专业教学协作组组长
对外经济贸易大学教授、博士生导师

前言

《商务英语写作教程》是根据《高等学校商务英语专业本科教学质量国家标准》为商务英语专业和英语专业商务方向学生编写的通用教材。本书编写的总体思想是：以培养商务英语写作能力为重点，通过案例分析、项目教学等教学方法，做到知识传授与能力培养相结合、创新训练与素质提升相结合，让学生在实际行动中构建扎实的知识体系，培养良好的职业写作技能。

本教材以职业生涯中具有代表性的商务写作活动为主线，运用生动丰富的案例与范例促使学生对商务写作知识与技巧进行主动的、灵活的建构，从而使学生将所学知识与写作实践活动有机结合，为日后从事涉外商务工作打下良好的基础。

本教材的内容分为三个板块：1-3单元为商务书信写作，介绍推销信、询盘信、发盘与还盘信、订货信与商务活动中主要社交信件的写作规范与方法；4-6单元为商务宣传写作，分析平面广告文案、网络旗帜广告与商务新闻稿的写作技巧；7-8单元为商务调查与陈述的相关写作，阐述了商务调研中的问卷设计方法与商务陈述的设计技巧。

其中，每单元内的各部分内容如下：

OBJECTIVES: 教学目标，简要说明该单元的教学内容

WARM-UP QUESTIONS: 问题讨论，拓展知识，增强师生互动与学生间的互动

CASE: 案例，提供模拟商务场景，提出需要解决的写作问题，激发学生学习兴趣

PART 1和PART 2: 介绍商务英语写作中概念、原则与方法，讲解商务英语写作的基本知识

PART 3: 范例学习，通过实例进一步掌握商务英语写作知识

CLASS ACTIVITIES: 课堂练习，通过课堂写作练习巩固商务英语写作知识

PART 4: 课后练习，通过课后写作练习检测对所学知识的掌握

SUMMARY: 单元总结，简要回顾并概括单元内容

本教材的编写立足于教学实践与社会的需求，内容循序渐进。教材提供了贴近职场实践的案例、范例与练习以配合教师的教学，所选范例或源于编者在平时教学与商务实践中的创造与积累，或精选国外原版出版物与权威网站中的材料加以改编而来，力求起到良好的示范作用。由于商务英语写作既是一种信息传递与思想表达的过程，也是一种书面的交流沟通过程，写作中的选词炼句、布局谋篇、格式规范乃至行文风格均有一定的标准与要求，因此本教材的一些章节针对中国学生习作中易出现的

错误加以归纳分析,提供范例的前后修改版本,分析错误原因,力求改进与规范学生商务英语写作中的语言与文体。此外,针对学生学习认知能力的特点,本教材设计了多样的练习供教师选择使用,以帮助学生巩固课堂所学内容。

《商务英语写作教程》是由南京大学英语系与南京大学金陵学院英语系的教师在多年的教学实践的基础上编写而成。本教材的第1单元到第5单元由刘怡编写,第6单元与第8单元由俞弘编写,第7单元由王欣编写,丁言仁教授对各单元提了修改意见。在教材的编写过程中,编者得到了南京大学金陵学院各级领导的鼓励与支持,并获得了学校横向项目“实用商务写作能力的培养”与精品课程项目“职场英语写作”的资助;全书由外教Danielle Kiene审稿校订,在此一并致谢。然而由于编者水平有限,教材难免还存在许多问题,诚望教师朋友们不吝赐教,提出宝贵意见,以便修订再版。

编 者

2016年1月

近年来,随着我国和世界其他国家的商务交流日益紧密,越来越多的高校开始重视训练学生的商务英语写作能力。商务英语写作是特殊用途英语(ESP)写作训练中的一种重要形式,具有较强的专业性,要求写作者不仅要有扎实的英语语言功底,还要具备完备的商务知识,从而在商务活动中能够自如地和他人进行交流并完成相关的任务,以保证商务活动的顺利进行。那么,你们应如何提高商务英语的写作能力呢?具体说来,编者建议可以从以下几个方面着手:

一、打下扎实的英语知识基础

商务英语写作是以扎实的英语基本功为基础的。写作中的拼写是否正确,用词是否得当,句子是否通顺,语法是否规范,句与句之间的逻辑是否恰当,段落之间的衔接是否连贯,这些均影响到商务写作的表达效果。因此,你们平时要多阅读,多增加正确语篇的输入,扩大自己的词汇量,扎实掌握单词的含义与用法,构建自己正确的语法知识体系,并在写作练习中正确运用这些语法规则。这样,在面对多样的商务英语写作任务时你们的表达才能游刃有余。

二、注意商务英语写作文体的训练

要提高商务英语写作能力,还要重视对商务英语文体的学习与训练。商务英语写作为应用文写作,一般均有约定俗成的格式、语篇结构和语言特点。因此,学习各类商务英语体裁的特点,掌握其格式要领与语篇结构,熟悉其语言风格与特征,是扎实打好商务英语写作基础的必要途径。例如,你们知道英语信件和中文信件的格式差异很大,而英语的普通私人信件和商务英语的信件要求的格式与语体又有具体差别。又如,虽均属于商务宣传范畴,但商务广告和新闻稿的特点又大有不同。这本教材在各知识板块中均有对不同商务英语写作体裁格式、结构及语言方面的详细介绍,掌握这些商务英语写作文体方面的基本规律,既能帮你们迅速构建出商务英语写作的总体框架,又能从细处培养你们良好的写作习惯。

三、注重商务英语知识的积累

坚实的商务英语知识是商务英语写作能力提高的重要保障。由于商务英语写作是专业性很强的一门课程,你们必须不断积累丰富的商务知识来支撑你们的写作。

这一方面固然涉及专业词汇与常用商务句式的积累,但另一方面更是要求你们认真学习并掌握必要的商务专业知识。例如,在学习商务信函写作时,你们要了解询盘、发盘、还盘与订购的各个环节中的业务知识与操作流程,还要熟悉诸如包装、货运、付款、保险等方面的商贸知识,否则无法有效地进行对外贸易方面的商务英语书面沟通。

四、积极进行商务英语写作实践

要想提高商务英语写作能力,你们还应多写作、多练习,在做中学,在学中用,在实践中巩固深化所学知识,提高自己的水平。在商务英语写作实践活动中,你们会碰到一系列的写作任务或一个个写作项目,那么如何顺利完成这些任务或项目,则是大家学好写作的强大动力。在编写这部教材的过程中,很多的范例和练习均取材于商务实践中的各种场景,希望你们能认真学习这些范例,利用这些情景锻炼自己分析问题与解决问题的能力,思考总结有效的写作方法,通过网络、图书馆或其他途径有效查找收集资料,并顺利完成相应的练习,使自己的商务英语写作能力得到切实地提高。

五、注重同伴互评与作业的修改

同伴互评(peer review)在英美高校写作课中是很普遍的做法,即同学之间互相交换阅读作文并提出修改意见。同伴互评能够通过同学间的互帮互助,让大家在第一时间发现自己和别的同学写作中的长处与不足。对于优点,则互相学习;对于缺点和问题,则共同讨论修改方法,在帮助对方的同时使自己也得到提高。同伴互评是一种有效的动态互助学习机制,我们建议你们能够自觉地养成对写作课作业进行同伴互评的习惯。在独立完成作业的基础上,你们可以通过互相评价深化巩固自己学到的知识,通过在评价基础上对作业的认真修改优化自己的语言运用技能。另一方面,当老师的批改意见反馈下来之后,大家一定要及时订正,正视自己经同伴评价后仍存在的问题,并认真修改。当你们能够重视自己写作中的问题并及时改正时,你们的商务英语写作能力才能得到根本的提高。

总之,商务英语写作技能的提高不是一蹴而就的,需要长期一点一滴的积累才能促成写作质量的飞跃。希望你们利用好这本教材,勤学多练,同时拓展自己的知识面,在不断的努力中打下坚实的商务英语写作基础,在走上工作岗位后,学以致用,举一反三,发挥你们的写作技能。

编者



Contents

Unit 1	Sales Letters and Inquiries	<i>1</i>
Unit 2	Offers, Counter-Offer, and Orders	<i>27</i>
Unit 3	Goodwill Correspondence	<i>56</i>
Unit 4	Advertisements, I	<i>84</i>
Unit 5	Advertisements, II	<i>111</i>
Unit 6	Press Releases	<i>122</i>
Unit 7	Questionnaires	<i>152</i>
Unit 8	Business Presentations	<i>182</i>
References		<i>209</i>

Unit 1

Sales Letters and Inquiries

OBJECTIVES

Letters serve as an essential means of business communication. In this unit, you will learn the following:

- Understanding the basic parts of a business letter
- Organizing a business letter
- Writing different types of letters: sales letters and inquiries

WARM-UP QUESTIONS

1. Are letters necessary in business communication? Why or why not?
2. What are the differences between a business letter and a personal letter?

CASE

You are Joan Chang, assistant buyer for Joy's Toy Store, 186 N Jefferson St., Albany, GA 31701. You are writing a letter to Nana Toy Company, Inc., 166 Mathewson St., Providence, RI 02903, to inquire about the price of the dolls it makes.



PART 1 What Is a Business Letter?

A **business letter** is a letter one writes to inquire, inform, or make a request to a business entity, a private individual, or individuals on behalf of another business entity. It is regularly used when you write from one company to another, or from a company to its customers, clients, and other external parties.

There are many reasons to write a business letter. It could be to request direct information or action from another party, to order supplies from a supplier, to identify a mistake that was committed, to reply directly to a request, to apologize for a wrong, or simply to convey goodwill. Today, even in our technological world, business letters are still very useful because they produce permanent records and deliver persuasive, well-considered messages.

PART 2 How to Write a Business Letter

PREPARATION

A business letter is most effective when you stick to one clear subject in the letter. If you have two subjects, write two letters, because too much information in one letter may confuse the reader. When you write a letter, connect the purpose of writing with the interests and needs of the reader. Effective letters should also be well-organized.

Ask yourself the following questions:

Subject

- What is the letter about?
- Is my subject specific enough?
- Is my subject to the point?

Audience

- How well do I know about my audience?
- How much does my audience already know about my subject?
- How will they feel about my message?

Purpose

- What kind of business letter am I writing?
- What do I want the reader to know?
- What do I want the reader to do?

Organization

- Does the letter follow the standard format?
- Does the letter include all necessary parts?

- Is the structure of the letter clear and reasonable?

BASIC PARTS OF A BUSINESS LETTER

A business letter is more formal than a personal letter. It consists of several parts. In routine business correspondence, however, not every part in this section is necessarily used.

Heading (or **Letterhead**). A company usually uses printed stationery with a specially designed heading or letterhead at the top of the sheet. It bears all the necessary company information, including its name, address, phone number, fax number, website address, email address, logo, etc. It is not necessary to type the return address if it has been printed on the stationery.



If letterhead stationery is not available, you can leave a five-centimeter top margin and type the heading, which includes a return address.

Examples:

HC Publishing House	Sanjiang College
208 Ditmas Ave.	10 Longxi Lu, Tiexin Qiao
Brooklyn, NY 11218	Nanjing, Jiangsu 210012
USA	China

Date. When you write the date, the month should be fully spelled out, and the year should be written with all four digits, for instance, October 12, 2015(US style), or 12 October 2015(UK style). The date is aligned with the return address. The number of the date is pronounced as an ordinal figure, though the endings *-st*, *-nd*, *-rd*, and *-th* are omitted in writing. In order to avoid confusion in international correspondence, you should always type out the full name of the month instead of using numerals.

DO NOT WRITE: 01 - 08 - 2015

WRITE: January 8, 2015 (US style) or 8 January 2015 (UK style)

If you write 01 - 08 - 2015, a British businessman may mistake it for August 1, 2015.

Mailing or in-house notations (optional). If your letter is restricted to a particular readership or must be handled in a special way, it should include mailing notations or in-house notations. The letters in mailing notations (e.g., SPECIAL DELIVERY, CERTIFIED MAIL, REGISTERED MAIL, AIR MAIL, or BY MESSENGER) and in-house notations (e.g., PERSONAL, CONFIDENTIAL, PRIVATE AND CONFIDENTIAL, or STRICTLY CONFIDENTIAL) should all be capitalized.

Examples:

CERTIFIED MAIL
CONFIDENTIAL

Inside Address. The address of the recipient in a business letter is called the inside address. It is always on the left margin and it includes the recipient's name, company, address, and postal code. You may add the job title if appropriate. If the title appears on the same line, separate the recipient's name and title with a comma. If it appears on the next line, omit the comma.

Examples:

Mr. Michael Stone, Director [*←Separate the name and the title with a comma.*]
Marketing Department
ABC Import Company, Inc.
128 Sandy Hill Road
Zora, MO 65078
USA

Ms. Annie Green [*←Omit the comma.*]
Assistant Manager
Corporate Planning Department
Feller Metal Mechanics, Inc.
5266 Woodhill Avenue
Greenwood, DE 19950
USA

Mr. Liu Ping
General Manager
Y&G Import Co., Ltd.
1280 Fuzhou Lu, Huangpu Qu
Shanghai 200002
China

If you deliver the letter to a post office box, put "P. O. Box" plus its number

underneath the company's name. For example, if you are sending a letter to the United States and you know the full 9-digit postal code, use it as it is preferred by the post office there.

Examples:

Mr. Madison James, Director
Finance Department
Adven Food Company, Inc.
P.O. Box 1234
Atascadero, CA 93423 – 2366
USA

Ms. Mary Rosen, President
A&G Public Relations
P.O. Box 123
Hales Corners, WI 53130 – 3456
USA

Mr. Li Rong, General Manager
Tex Tech, Ltd.
P.O. Box 199
Shanghai 200001
China

If you are in China, and you want to write letters to other countries, always include the name of the country to avoid ambiguity.

Examples:

Mr. Thomas Collins, President
IT Design, Inc.
1277 Idlewood Ave.
Richmond, VA 23290
USA

Mr. Jonathan Lee, President
QNC Design, Inc.
261 No.2 Rd.
Richmond, B.C. V6Y 2C1
Canada

Attention Line (optional). An attention line is used when you want the letter to be handled by a specific person and/or department.

Examples:

Bameli, Ltd.
48 Stanstead Road
London SE27 1HF
UK

Attention: Human Resources Manager

Ladies and Gentlemen,

Feller Metal Mechanics, Inc.
5266 Woodhill Avenue
Greenwood, DE 19950
USA

Attention: Order Department

Ladies and Gentlemen:

ABC Food, Ltd.
Room 801, 12 Ningxia Lu
Gulou Qu
Nanjing, Jiangsu 210009

For the Attention of the Financial Department

Ladies and Gentlemen:

Reference Number (optional). In order to facilitate the filing and connect the letter with other letters, some companies use reference numbers. A reference number is the file number of the project, case, or order that the letter refers to.

Examples:

Ref. No. 080713 (*in the form of the date*)

Reference number 050214

File number AC872 (*in the form of a combination of numbers and letters*)

Different companies have different systems of reference numbers, so you may also type out the reference numbers of both sides, for instance:

Our reference 050214/Your reference AE28

If you do not use a reference number, you may mention your previous letter in the body part to facilitate the reader's understanding, for instance:

Regarding your letter of December 18, ...

In reference to your inquiry of April 6, 2013 ...

Sometimes, your reference number is typed below the letterhead in the short form "Our ref." and "Your ref." for the one who receives the letter, for instance:

Our ref. 050214/Your ref. AE28

Salutation. In a business letter, the salutation should be used appropriately. Use every resource possible to address your letter to an actual person. Use the addressee's name whenever you know it. People are more likely to read a letter with their names in the salutation. Always make sure that the addressee's name is spelled correctly. In the U.S., the salutation in a business letter is usually followed by a colon (:), while in the UK, it is usually followed by a comma (,).

Do not use "Mr." or "Ms." unless you are sure about the gender of the addressee. Note that in the UK, there is no period after "Mr" or "Ms," as in "Dear Ms Zhu." The following are common salutations used in business letters.

If the letter is addressed to a man, use:

Dear Mr. Zhang:

Dear Mr. Johnson: