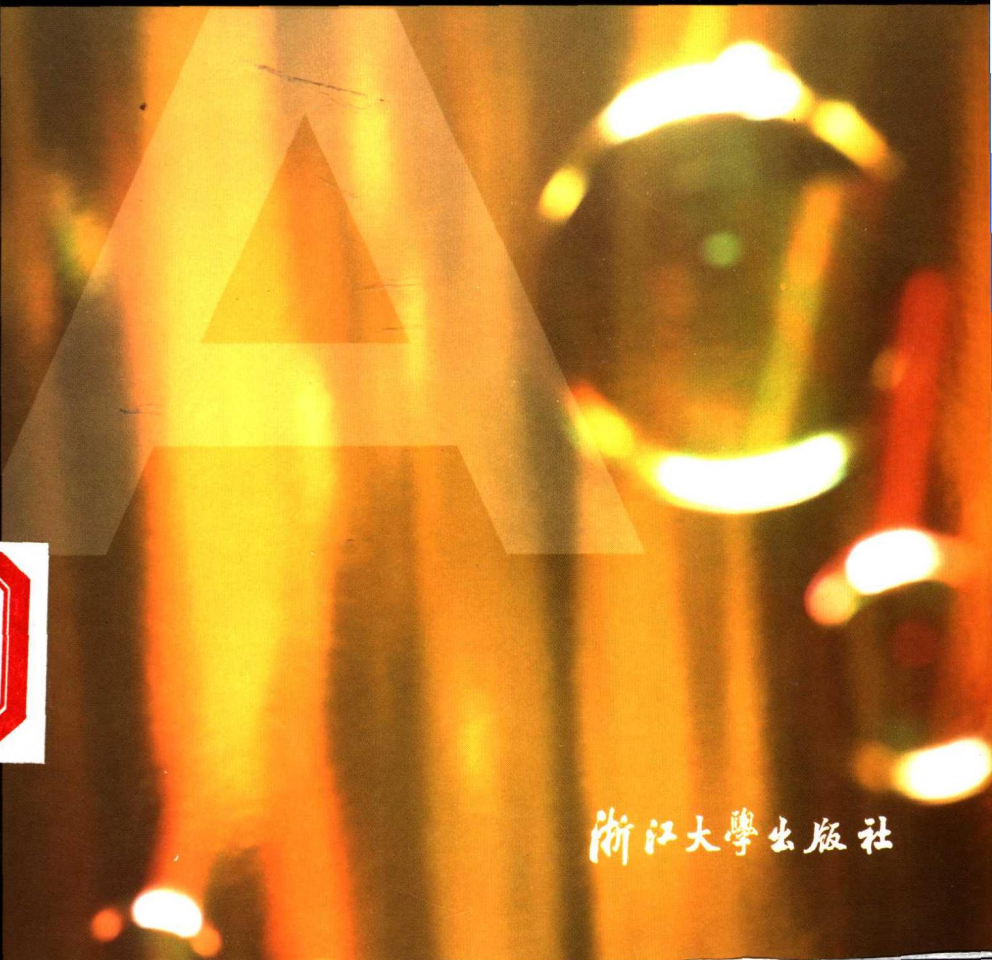


21 世纪国际商务英语丛书

文本写作

* 顾问 方梦之 主编 翁凤翔

* 编著 张益明 盛国强 钱晓玲 倪修璟



浙江大學出版社

21

世纪中国学科基础丛书

文本写作

—理论、批评史、主编：曹文轩

—编委：曹文轩 袁鹰 曹文轩 曹文轩 曹文轩

浙江人民出版社

21 世纪国际商务英语丛书

文 本 写 作

张益明 盛国强 编著
钱晓玲 倪修璟

浙 江 大 学 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

文本写作/张益明等编著. - 杭州:浙江大学出版社,
2002.4

(21 世纪国际商务英语丛书/翁凤翔主编)

ISBN 7-308-02967-0

I. 文... II. 张... III. 国际贸易 - 英语 - 写作
IV. H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 002565 号

出版发行 浙江大学出版社

(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

责任编辑 杜玲玲

封面设计 刘依群

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 浙江上虞印刷厂

开 本 850mm × 1168mm 1/32

印 张 7.25

字 数 182 千字

版 次 2002 年 4 月第 1 版 2002 年 4 月第 1 次印刷

印 数 0001 - 5000

书 号 ISBN 7-308-02967-0/H·172

定 价 12.00 元

序

15 年风雨兼程,15 年征途漫漫。我国已成为世界贸易组织的成员国。机遇与挑战俱来,权利与义务同存。据有关部门论证,入世后我国有五类人才紧缺,其中之一就是了解国际惯例、符合国际经济需要的外语人才。这就是外语加上经济贸易的复合型人才,而不是一般的外语人才。为了提高我国的国际竞争能力,在国际经济的大舞台上开创新局面,必须掌握经营之道,提高语言水平,熟悉国际惯例。这已成为有志于从事国际经贸活动的人的共同愿望。翁凤翔先生主编的《21 世纪国际商务英语丛书》适逢其时,将为培养这类人才提供有效的教材。

根据我国对外开放的客观需要,也为了与我国入世的征途同步,从 20 世纪 80 年代中后期起,我国外语界开始系统地讨论与研究商务英语。商务英语是专门用途英语(English for Specific Purposes/ESP)的一个分支。与通用英语课程(一般以传授语言知识和技能为主要内容)不同的是,ESP 课程的目标和内容是以特定的语言交际功能和受业者的交际需要(communication requirements)而确定的,即以学习者的学习目的来确定教学目标,安排教学内容,选择教学方法。这是一种实践性、应用性课程,具有明确

的目的性和功用性,使学习者的专业或职业英语知识和技能专门化。商务英语的训练,与其他专门用途英语(例如科技英语)一样,注重与专业交际直接有关的社会语境、交际范围、题材以及语言的正式程度等,据此来选择课型、编排内容、组织教学和设计练习,以达到教学目标,满足学习者的实际需要。

翁凤翔先生执教并研究国际商务英语多年,积累了丰富的经验和素材,曾编著《精通剑桥商务英语》、《国际商务英语常用词用法双解词典》等著作。这次又主编包括说、读、写、译等多侧面、全方位的商务英语学习丛书,融语言训练与业务知识为一体。丛书从交际需要出发,编入了国际商务交际所需的不同题材,引进了国际商务的最新内容和语言样式。看得出来,丛书编者的苦心在于:既要使学习者提高语言水平,又要注入符合国际惯例的商务理念,同时还要加强语言交际的实践能力。我对它的出版表示衷心祝贺!是为序。

方梦之

前 言

随着我国经济的逐步与国际接轨,商务英语日益显出其重要性来。学商务英语的人一般都有英语基础,但商务英语毕竟在其文体、内容、词汇、结构等方面和普通英语有所不同,所以,商务工作者或其他相关人员还必须学习商务英语课程以适应新世纪的新要求,使自己更富有竞争力。

国际商务英语写作是商务英语课程中不可忽视的方面,因为不管是在实际国际商务业务活动中,还是在各类商务英语考试中,商务英语写作都是必须的。比如公司老板会要求某一部门的经理提交有关该部门一段工作时期的情况报告。在国际商务英语考试中,信函、商务报告、产品描述等是必考内容。

没有经过国际商务英语学习的人,即使他有一定的英语写作基础,也不一定能写好商务信函、商务报告、备忘录等。本书的目的就在于帮助国际商务英语学习者提高国际商务英语文本写作能力。

本书作者从事国际商务英语教学多年,了解商务英语学生在商务英语写作方面的不足和需求,也熟悉各类国际商务英语考试。

作者在书中介绍了国际商务涉及的主要内容,如商务英语报告、产品演示演讲稿、公司介绍、产品描述等,并论述了国际商务英语写作中的一些技巧和应注意的问题。在例子的选用方面,考虑到通俗实用,并对大多数例子进行了点评。在信中尽量围绕同一主题选用信例,以便读者领略交易的全过程。这些都不失为本书的特色。作者还针对每个章节编写了相应的练习,供学习者巩固

提高所学的知识。每个练习都附有参考答案。

本书第一章至第二章由盛国强老师编写,第三章至第十三章由钱晓玲老师编写,第十四章由张益明老师、倪修璟老师编写,全书由张益明老师统稿,由本丛书主编翁凤翔审校。

在本书编写过程中,参考了许多专家与同行的文献资料,在此一并致以感谢。书中存在的不足之处,敬请指正。

编 者

2002年3月

目 录

序	(1)
前 言	(1)
第一章 商务报告与概要	(1)
第一节 正式报告	(2)
第二节 非正式报告	(13)
第三节 商务概要	(20)
练 习	(25)
第二章 会议记录、备忘录、电话留言	(27)
第一节 会议记录	(27)
第二节 备忘录	(29)
第三节 电话留言	(32)
第三章 新闻宣传稿、电讯文本	(34)
第一节 新闻宣传稿	(34)
第二节 电讯文本	(38)
练 习	(42)
第四章 会议议程	(44)
第五章 日程安排	(48)
练 习	(52)
第六章 广 告	(53)
第一节 广告的定义	(53)
第二节 广告的分类	(54)
第三节 报刊杂志广告的分类和组成	(54)

第四节	报刊杂志广告的语言特征	(64)
练习		(72)
第七章	合 同	(73)
第一节	合同的种类	(73)
第二节	合同的内容	(73)
第三节	合同文体的特点	(83)
第八章	简 历	(95)
练习		(102)
第九章	产品描述	(103)
第一节	产品描述的内容	(104)
第二节	产品描述的方法	(105)
第十章	公司介绍	(111)
第一节	公司介绍的内容	(111)
第二节	公司介绍的形式	(114)
练习		(120)
第十一章	电子商务	(122)
第十二章	产品演示演讲稿	(125)
练习		(130)
第十三章	营销调查	(131)
第一节	调查的内容	(131)
第二节	调查的步骤	(133)
第三节	问卷调查	(134)
练习		(143)
第十四章	公司规章制度	(144)
第十五章	商务信函	(151)
第一节	商务书信写作要领	(151)
第二节	建立贸易关系	(156)
第三节	询盘信	(162)

第四节	回复	(167)
第五节	报盘	(171)
第六节	还盘	(174)
第七节	定货与确认信件	(176)
第八节	信用证的开立与修改	(181)
第九节	保险	(185)
第十节	装运	(187)
第十一节	索赔与理赔	(190)
练 习		(194)
练习答案		(197)
主要参考书目		(217)

第一章

商务报告与概要

在日益繁忙的商务活动中,有关管理人员需要及时了解更多重要的、有价值的信息。商务报告(Business Report)是信息交流的一种有效手段。阅读报告,有助于对当今复杂的商务信息(公司内部或外部的)的及时处理,以便作出正确的决策,适时制定出相应的计划、策略等。

商务报告是商贸公司、企业为交流信息而使用的一种文书形式,它以书面形式给阅读者提供有关信息和数据,以供参考。

一份完整的商务报告篇幅较长,内容较多。一般应包括以下几个部分:

- | | |
|-------------------------|-----------------------------------|
| Summary (摘要) | 简述报告的背景、主要结论和建议,常放在报告的最后。 |
| Terms of reference (目的) | 说明为什么写这份报告。 |
| Methodology (方法) | 说明用什么方法取得此调研结果。 |
| Findings (调研结果) | 阐明你的调研结果。 |
| Conclusions (结论) | 说明你的调研结果意味着什么。 |
| Recommendations (建议) | 说明按你的结论,你认为应当采取什么措施。 |
| Appendices (附件) | 报告本身容纳不了但又必须包括的大量附加材料,比如图表、实验报告等。 |

撰写商务报告是一桩复杂的事情。首先,必须明确写作目的;其次,写报告正文(即调查结果,结论和建议)时,应进行信息处理并诠释调查结果,论证结论并提出合理化建议;最后,把握好摘要的质量。摘要的目的是以总结的形式表达报告正文的内容,以便报告的阅读者能在短时间内很快把握报告的要旨。写摘要时应注意两点:

一、限制篇幅,一般分三段。第一段说明本报告的宗旨,第二段阐明基本的调查结果和结论,最后一段提出最重要的建议。篇幅最多不超过一页。

二、不引用统计数字,用总结性的表达方式取代数字。

商务报告按内容分主要有三类:

①分析型报告 (Analytic Report)

此类报告主要是提供材料并加以分析,提出建议。

②研究型报告 (Researching Report)

此类报告主要对提供的信息进行研究、诠释,一般不提供解决方法。

③信息型报告 (Informational Report)

此类报告的主要功能是提供突出的某一方面的信息。

商务报告按形式分又有正式报告和非正式报告两种。

第一章 正式报告

正式报告 (Formal Report) 一般较长,内容较多。正式报告主要有以下几部分组成。

①首部 (Preliminary Parts)

商务报告与概要

首部主要提供有关背景知识,如报告标题、日期、目录等。

②正文(Report Body)

正文包括前言(introduction)、数据分析(data analysis)及结尾(ending)。

③补充部分(Supplementary Parts)

补充部分主要提供有关材料,如参考书目(bibliography)、附录(appendix)等。

一般来说,写商务英语报告可以分收集资料、撰写调研结果、撰写结论、提出建议等几个步骤。

一、收集资料

写报告时,第一件事就是收集资料(Data Collection)。资料的来源一般有以下的途径:

Company statistics (eg. annual reports)

公司统计数字(如年度报表)

Informal enquiries and suggestions

非正式调查问卷及建议

Correspondence / Conversations with specialists

来往信件 / 专家访谈

Brochures

小册子

Internal memoranda

内部备忘录

Existing reports

现有报告

Minutes of meetings

会议记录

Staff questionnaires



员工问卷

Public opinion surveys

公众意见调查

Results of a pilot study

试点研究结果

Newspapers / Periodicals

报刊内容

Quotations / Price lists, etc.

行情报告 / 价格单等等。

在资料收集过程中,报告撰写者得接触其他人以取得信息。其方式有时是口头形式,有时则是书面形式。口头资料收集通常指同人们进行正式或非正式谈话,或出席专题讨论、会议等;书面收集是向公司以外的写信人或给本公司写备忘录的人索取信息。在资料收集完毕后,再进行有效地筛选,找出相关的、有价值的信息。

二、撰写调研结果

收集并选好了相关资料后,就可开始撰写调研结果了。调研结果首先应简单描述报告撰写者的发现,常用的结构有:

It was found that... 已查实……

It was felt that... 已感觉到……

We discovered that... 我们发现……

It was generally the case that...

通常情况是这样的……

There were several... 有好几个……

Most people thought that... 许多人认为……

提出观点之后,进行论述,并有条理地展示统计数据,说明当今商务情况或未来发展趋势。在报告中应按时间顺序描述事件的



发展。在撰写过程中,先定一个“框架”,然后不断加入补充信息,以使报告更完整,更有参考价值。

三、撰写结论

根据调研结果通过反复论证、推断,最后得出一个结论。结论主要是对当今商务情况的一种较为客观的判断。例如,本公司的产品是否受到市场的欢迎,本公司短期投资的风险有多大。常采用的结构有:

We can draw a conclusion... 我们能得出一个结论……

We finally come to a conclusion...

我们最终得出一个结论……

The conclusion is evident... 结论是明显的……

No doubt... 毫无疑问……

In a word... 总之……

To sum up... 总而言之……

结论应该准确无误,否则商务报告的参考价值就会大为降低。

四、提出建议

提出建议(making recommendations)应是商务报告的主要目的所在,也是商务报告中对报告读者最有价值的一部分。它往往向读者指明,在当时的情况下应采取何种行动。在提出建议的同时,应充分陈述提出建议的理由,以使建议的提出有更充分的根据。

以下是两个例子:

1. Reason:

Demand for our products is extremely high at the moment.

(目前对我们产品的需求极高。)

Recommendation:

It is recommended that production be stepped up.

(建议提高产量。)

2. Reason: We need to improve our staff's ability to communicate with foreign customers.

(我们需要提高我们的职工同外国顾客交流的能力。)

Recommendation: We should provide more language training opportunities for front-line staff.

(我们应为一线职工提供更多的语言训练机会。)

此处必须说明的是,学生往往容易混淆结论与建议。结论是对调研结果的归纳与总结,而建议是提出解决问题的具有建设性的措施以及以后所需要作出的努力。为了说明调研结果的客观性,在撰写报告时应说明获取此调研结果的途径和方法。下面是一份正式商务报告的示例^①。

[例]

The Carlton Hotel Group

An Evaluation of
The Vector Day Phase
of the
“Improving Customer Service”
Programme

July 199 -

Paula Siu

Training Manager
the Carlton Hotel(HK)

文
本
写
作

^① 本报告摘自《英文商务报告写作指南》一书的 P119 ~ 126。