



教育部高等学校商务英语专业教学协作组重点推荐



新国标应用型本科商务英语系列规划教材

总主编 王立非

商务英语写作

(第二版)

**Business English
Writing** (Second Edition)

杨晓斌 编著



对外经济贸易大学出版社
University of International Business and Economics Press



新国标应用型本科商务英语系列规划教材

总主编 王立非

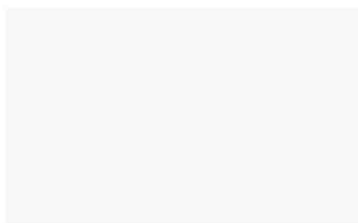
商务英语写作

(第二版)

Business English Writing

(Second Edition)

杨晓斌 编著



对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

商务英语写作 / 杨晓斌编著. —2 版. —北京:
对外经济贸易大学出版社, 2017.1

新国标应用型本科商务英语系列规划教材

ISBN 978-7-5663-1661-5

I. ①商… II. ①杨… III. ①商务-英语-写作-高等
学校-教材 IV. ①F7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 196590 号

© 2017 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

商务英语写作 (第二版)

Business English Writing (Second Edition)

杨晓斌 编著

责任编辑: 刘 丹

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

北京时代华都印刷有限公司印装 新华书店经销

成品尺寸: 185mm×260mm 17.5 印张 399 千字

2017 年 1 月北京第 2 版 2017 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-1661-5

印数: 0 001-3 000 册 定价: 39.80 元

“新国标应用型本科商务英语系列规划教材”

编 委 会

总主编

王立非（对外经济贸易大学）

编委会委员（按姓氏笔划为序）

王光林（上海对外经贸大学）

孔宪遂（山东财经大学）

刘沛富（广东金融学院）

刘重霄（首都经济贸易大学）

刘艳萍（广西财经学院）

肖 辉（南京财经大学）

段玲琍（四川外国语大学）

郭桂杭（广东外语外贸大学）

郭晓燕（上海立信会计金融学院）

廖国强（四川理工学院）

出版说明

本系列教材是国家现代教育改革的必然要求。2014 年伊始，国家国务院和相关部门针对现代职业教育改革开展了多次会议，引导普通本科高等学校转型发展，采取试点推动、示范引领等方式，引导一批普通本科高等学校向应用技术类型高等学校转型，重点举办职业教育。

截至 2016 年年底，全国有 293 所高等院校开设了商务英语本科专业，其中多数院校属于应用型本科院校。《商务英语专业本科教学质量国家标准》也即将颁布。本套教材根据本标准着力打造，适用于全国应用型本科商务英语专业和财经类本科专业学生。

本套教材具有以下特色：

一、吸收二语习得和现代教育的最新理论，体现《商务英语专业本科教学质量国家标准》的最新要求。教材编写上注重提高学生的语言技能、让学生掌握相关的商务知识与实践技能，培养学生的跨文化交际能力、思辨与创新能力，以及自主学习能力。

二、秉承应用型本科教育“优化理论，突出实践”的理念。应用型本科教育注重技术但不能完全抛弃学术，其人才培养是学术性与职业性的有机统一，其基本特征是“本科底蕴+突出应用+专业特长”。体现在教材上，其强调“优化理论，突出实践”，优化理论基础，注重理论与专业技术的相关性，以培养目标与从业要求为依据对基础理论进行优化整合，介绍与专业相关的必要理论，重点强化行业知识的讲解；突出实践方面，强调教材的编排设计从教学目标到内容的组织，练习题的设计都环环相扣、注重培养学生的职业适应能力，突出实践教学的内涵。

三、贯彻“任务引领、项目导向”的指导思想。本套教材以“任务驱动”为理念，强化了教材的任务驱动效应，突出作业流程的可操作性；以真实企业业务经营为主线贯穿始终，从而保持教材内容前后的一致性和连续性；通过具体任务的设计和实施，使学生能够掌握业务技能。

对外经济贸易大学出版社

2017 年 1 月

再版前言

作为商务英语专业方向的必修课程教材,《商务英语写作》一书自 2009 年出版以来在全国多所院校使用,受到了广大师生的热烈欢迎,得到了专家学者的高度评价。为适应外贸专业人才培养的要求,我们从任务教学法的理念出发,对该教材的篇章结构和部分内容进行了调整。

全书共 12 单元 35 章,每一章节均分为七个环节的任务,即 I. “预读任务”,英文介绍本章的基本内容和要求;II. “商界名言”,为商贸经验之谈,可提高学习兴趣并通过背诵用于写作引用和外贸洽谈;III. “核心词语”,英汉对照重要的相关术语,便于商务英语文书的理解和撰写;IV. “经典句式”,以汉英对照的形式体现商务英语典型表达模式,通过背诵模仿为有效的语言输出做好充分的准备;V. “应用写作”,布置创造性商务英语写作任务,中文命题不要求逐字逐句(Word-for-Word)的生硬“对等”;VI. “段落写译”,要求以翻译的方法实现写作的目的,但不局限于字面的对应,而应努力寻求多种不同的写法并加以对比;VII. “讨论评估”,以中文讲评的形式讨论商务英语写作中存在的种种具体问题,辅助翻译的方法探索词法、句法、风格和篇章的运用技能。再版教材可操作性更强,并能更好地适应本科商务英语专业教学的需要,增强学习者的商务英语写作能力。

作为本书编者,我特在此表示由衷的感激!同时,希望同学们在使用本书的过程中注意做好每一单元的预习工作,积极参与课堂讨论活动,独立完成相关练习以期取得良好的学习效果。

杨晓斌

2017 年 1 月

前言 | Preface

商务英语 (Business English) 作为专门用途英语 (English For Specific Purpose) 的一个分支学科在全球经济一体化的背景下日益绽放异彩并展示其无穷的魅力, 我国高等院校也相继开设商务英语专业, 致力于经贸行业所需专业人才的培养, 各类商务英语专业教材应运而生。作为商务英语重要课程之一的“商务英语写作”更是如雨后春笋般的生机勃勃, 从不同的视角探讨商务英语写作的学习策略和教学方法, 的确取得了应有的成就, 但还面临着巨大的挑战。

(一) 时代背景

商务英语写作, 作为商贸专业学生以及从业人员必须掌握的一项技能, 仍然是商务实践中的一个难点; 作为商务英语专业建设的一门核心课程, 仍然是教学工作中的一个重点。人们普遍感到商务英语写作不但难学, 而且难教。商务英语写作之所以难学, 是因为它属于专门用途英语 (ESP) 的范畴, 覆盖面广, 涉及对外经贸活动的方方面面, 不仅要求具有严格的行文格式, 而且要求具有独特的语言风貌。就写作方法而言, 商务英语写作者不仅是源语 (ST) 的发起者, 而且是目的语 (TT) 的制造者, 必然涉及两种文化内涵, 需要参与两个解码过程。要求作者同时具有驾驭中英两种语言的能力, 逐字逐句 (Word-for-Word) 的表达方式无论是翻译还是写作都行不通, 实践中五花八门的写作错误即是商务英语写作技巧难于习得的明证。就教学方法而言, 同普通用途英语 (EGP) 相比, 在“理论上并无不同, 实践中差异甚大” (Hutchinson et al, 1987: 53)。商务英语写作教师不仅要有扎实的英语语言功底和丰富的外贸实务经验, 而且还须认真探索具有针对性的特殊用途英语类课程的教学方法。

中英两种语言文化的差异既是造成商务英语写作困难重重的主要因素, 也是帮助人们洞察用词、句法以及其他语法规则差异并借此寻找相应方案之关键所在。母语的影响根深蒂固, 要求母语为汉语的学习者能够一步到位就使用标准流畅的英语进行商务写作并不现实。因为, “普遍语法通过母语影响第二语言的学习” (White 1985: 29)。也就是说学习者学习第二语言时会从母语的参数值开始, 接触到触发性素材后才正确设定第二语言的参数值。为此, 我们面向外经贸从业人员针对有关商务英语写作知识的用途进行了一个需求分析 (Needs Analysis) 的调查, 并结合自己十多年来担任商务英语写作教学的切身体会, 编写了这本《商务英语写作》教材。鉴于此, 相应的英文名为 Business Writing in English 而非 English for Business Writing, 旨在效微力以求在理论方面有所突破, 在实践方面有所创新。

（二）本书结构

为体现理论与实践相结合的原则，便于学生的学习和教师的教学，本书共 35 章，符合高校课程设置的要求，注意各章节内容配置均衡，便于专题学习，一章一题、一题一周、一周讲一讲、一讲一练。摆脱普通英语写作教材的框架束缚，有所侧重地介绍有关商务英语写作的一些基本实践知识，根据外贸流程和个人发展中可能遇到的专门问题，提供导向型参考意见。

本书强调“应用写作”，主要根据商务实践中经常涉及的写作项目进行分类学习，每一章节均分为七个环节，即 I. “要点概述”，英文介绍本章的基本内容和要求；II. “商界名言”，为商贸经验之谈，可提高学习兴趣并通过背诵用于写作引用和外贸洽谈；III. “核心词语”，英汉对照重要的相关术语，便于商务英语文书的理解和撰写；IV. “经典句式”，以汉英对照的形式体现商务英语典型表达模式，通过背诵模仿为有效的语言输出做好充分的准备；V. “段落写译”，要求以翻译的方法实现写作的目的，但不局限于字面的对应，而应努力寻求多种不同的写法并加以对比；VI. “讨论评估”，以中文讲评的形式讨论商务英语写作中存在的种种具体问题，辅助翻译的方法探索词法、句法、风格和篇章的运用技能；VII. “写作实践”，布置创造性商务英语写作任务，中文命题不要求逐字逐句（Word-for-Word）的生硬“对等”。

（三）学习方法

刚开始学习商务英语写作的时候，许多同学感到，看看英语文本能懂个大意，却不能翻译成严谨而又地道的中文文本；而看着中文文本翻译成英语时又出现大量的词性误用和句子不连贯现象以及其他五花八门的语法错误。那么，到底应该怎样通过学习这门重要专业课程使自己的商务写作能力得到实质性的提高呢？

我们围绕着这个问题进行过长期的苦苦的思考，本书的出版也正是力图寻找这个答案的一种不懈的努力。教材试用的实践经验表明，本书的有效使用需要同学们的积极合作、主动探索和热情参与。学生应该在课前认真预习，首先阅读理论部分，然后按照计划学习“应用写作”的相关章节内容。对于“预读任务”，要求对本章相关理论做到充分的理解；对于“商界名言”，要做到引用得当，这些经验之谈在外贸洽谈中往往一字千金，不仅有利于赢得谈判，更有利于赢得尊敬、赢得客户；对于“核心词语”，要重视其用于普通英语环境下的基本含义和商务英语下的特定含义以及可能存在的不同发音；对于“经典句式”，要求事先看看自己拿到中文段落之后自己会怎么写，然后反复背诵输入自己的大脑，实现专门知识的内化（internalization）为今后工作中的运用自如做好铺垫；对于“应用写作”实践，则要求尽可能独立完成写作任务，可以适当采用翻译的思路并利用各类翻译和写作的辅助工具来实现写作的目的。

具体要注意三个方面。首先，从用词层面看，表达某一特定汉语词义时有多少相应的英文表达可供选择？基于同一词根（root）可以衍生出多少不同的义项？如何协调这些单词变形后同其他成分的关系？如何用最简短最经济的单词或短语来取代长句尤其是从句以求商务英语表达之简洁？如何规范使用专门术语？越是专业性强的词汇越是难于习得，较简单的方法便是以母语为中介记忆专业词汇。实践中，一味地强调全英文教学未必能够见到很好的效果。事实上，作为专门用途英语的商务英语写作学习往往需要更为

强大的中文功底。重视利用原有的语言知识，从语义上加以区分，可以加深对专门术语的印象。比如，出现 **article** 这个词时，人们首先想到的是普通用途英语环境下的“文章、冠词”等含义，而进入商务英语领域的含义则是“货项、条款”等。语义网络理论证实，假如学习者个体的陈述性知识体现在由节点和路经（**nodes and paths**）构成的网络中，新的知识点能引发学习者对前期相关知识的检索并被储存在相关知识网络中，则可以被习得。高级语言学习者不但要有足够大的词汇量，还要有对该词掌握的深度和反应速度，从而获得轻松、准确的理解和有效的书面和口头表达。为此，要求学生经常查阅大的英汉双解词典，而不是简单的小型词典。

其次，从句法层面看，写作某一特定汉语句子时如何确定其相应的英语句子的主语？同一汉语句子内部各分句之间的内在关系如何在写作时通过时态变化得以体现？如何根据表达的需要来确定相应的语态使主动被动相得益彰？如何合理调整语序以适应英文表达的需要？如何通过有计划有意识的写作训练追求完美的篇章结构，形成自己独特的写作风格？对于典型句子的预习，要求采用听说训练法（**Audio-lingual Method**）对每一单元的重点句式进行反复朗读背诵，以听说为先导，兼顾语言结构，实现从机械性操练（**Mechanical Drilling**）——背诵（**Reciting**）——理解性操练（**Comprehension**）——使用（**Application**）的过渡。商务英语写作中突出句型学习的优点是将语言学习重点化，帮助我们举一反三达到实践和应用的目的。对于一门语言来讲，只有掌握了基本句式，才能用所学过的词语进行交际，这就要求通过大量的模仿造句等形式进行专门的机械式的操练，这种有意义的重复训练方式有利于语言的形成和巩固，为内化创造充分的条件。只有进行语言实践才能实现对“刺激”的“反应”。因此，商务英语写作学习过程中，强调实践性原则显然是十分必要的。监控模式学说告诉我们，有意识学到的语言知识能起到监控和编辑的作用，用来检查和修正习得的输出。预习时背诵商业英语信函典型句式，是一种有意识的语言输入活动，通过有意识的背诵输入，可积累写作所必需的语言知识及篇章构建技巧，在此基础上可加强对于写作输出过程中的负迁移进行监控和修正。因此，应当尽量将同样的中文句子或段落译成不同的句型，使用不同的词汇、采用不同的语态等。还要努力学习如何判断不同译文之间的优劣，刻苦培养写作所需的灵活应变能力。

最后，应积极参与课堂讨论，善于总结成功的心得体会同时也要从自己和他人的语用失误中吸取反面的教训。参与课堂评估主要包括自我评估（**self-assessment**）和同辈评估（**peer-assessment**），系对句子翻译、商务信函等同学习作进行主观评判，包括语法是否规范，语音是否标准，甚至体态是否适宜等。评议既是一项重要任务，又是一种学习机会。这种自我评估或参与评估他人也是提高学习能力的方式，使学习环境更具有挑战性、学习气氛更活跃，使课堂更加以学生为中心。学生评议首先要求自己看懂或听懂他人的表达，才能做到知己知彼、寻找差距，从而增强信心。能够发现问题或在老师的启发下找到正确的路径，本身就是一种能力和进步。指正本身就是一种能力，在课堂实践中，误将他人正确表达错改的情况不时有之，对本人或他人构成一种内心的震撼。而现实生活中所谓注重交际任务轻视语言形式的现象在某种程度上也是语言驾驭能力欠佳所致的无奈，但决不值得提倡。

（四）教学探讨

商务英语写作作为商贸英语专业的主干课程之一，其重要性和实用性不言而喻，已经得到了相关专业广大师生的高度重视。从 ESP 的视角，商务英语写作属于自成一类的实用英语写作范畴，要求教师不仅具有扎实的英语语言功底和丰富的外贸业务经验，而且必须认真摸索具有针对性的特殊用途英语类的教材教法，否则，单一的写作法、翻译法、听说法和任务法在实践中极有可能导致要么是没有创意的模仿套用，要么是照本宣科的课堂灌输，要么是缺乏深度的简单对话，要么是令人压抑的课堂气氛等种种后果。

教师首先应当对于学生有充分的了解，然后便是如何利用这本教材的程序。对于英语基础较为扎实的学生，可以充分发挥其能动性，深入学习理论部分并驱动主动探索与发现的过程，在实践部分适当补充习作材料并相应提高难度；对于英语基础较为薄弱的学生，则要求尽力完成实践部分提供的各类资料，以便在强化训练加强输入的基础上能够达到独立模拟写作，如果不能求得炉火纯青，至少应该实现形似，并争取在词法、句法、语义、逻辑等方面合乎英语表达的要求，然后在此基础上获得进一步的提高。

对于这本《商务英语写作》教材，虽然力求涉及多种应用文的写作，但仍然难于面面俱到，而且可能由于受章节编排的制约，某些问题也难于深入探究，但并不因此而改变其抛砖引玉的初衷。一方面，教师需要督促学生做好预习工作，注意理论联系实际并借助翻译的手段来实现写作的目的；另一方面，对于学生习作，可以要求其采用电子邮件和移动硬盘等方式上交作业，这样便于收集典型问题建立具有针对性的自己的语料库。使用配套的 Word 文本和 PPT 进行讲解，便于师生利用多媒体（multi-media）进行交流和讲评。学生彼此之间往往会自发地重复练习、自己纠错并纠正同伴的错误。学生通过试图改进他人习作激发兴趣、取得进步同时也有效避免发生类似的错误。这样，学生的兴趣将大为提高，教学的效果更令人满意。商务英语写作教学中多媒体的介入可以为师生面对面的互动提供便利。课堂活动可以根据单元进展的情况轮番采用翻译、表演、学生互评与教师讲评等形式，能够很直观地检测学生在课前活动中取得的成果和存在的问题，将本章节的任务落到实处。

至于学生的写作或翻译作业，可以经常要求同学们轮流提交 word 文本供课堂进行分析讨论。使用多媒体，不但便于其他同学参与点评和讨论，而且便于教师当场进行分析并展示各种可行的选择。教师可以先要求其他同学提出改进意见，然后自己提出多种规范的表达方式。这样才能引导学生注意语言形式，有利于他们进一步提高语言应用能力。以修改学生的某一句子为例，教师可以很方便地使用划线、着色、复制、剪切、粘贴等方式重组学生句子的语序，清晰地展示使用不同的词性、变换使用主语以及变更句子语态的不同效果。学生很容易悟出好是好在哪儿，错是错在何处，看得清楚、听得明白，易于接受。教师批、学生改与集体改、教师改等多重方式便这样有机地结合起来了。在教师和学习之间构建了一种协作形式，从而使教学能顺利进行，达到师生的共同进步，共同提高，共同发展。而学生互评对评议者和被评议者都既是一次展示，又是一次考验，因而，在实践中参与率往往较高。

在组织教学时，应该以培养学生未来需要的能力为中心，并注意在不同的教学环节采用不同的教学方法，使学生听、说、读、写、译的基本功都得到增强，商务英语写作

的教学效果便可以超越写作本身的单一功能。在实践中以翻译促进写作，以写作促进口译，以口译检测内化，通过教师评估与学生互评相结合的形式激发学生对商务英语写作的热情，从而真正锁定培养创造性写作（creative writing）的教学目标。

（五）评估标准

教师对学生译作的评判标准主要是可信度、多样性和快捷性。可信度主要指译文忠于原文内容，转达信息准确、完整。多样性是指根据不同题材、不同任务采用不同的句式，使用不同的词性，体现不同的风格来进行转述。例如，谈到“市场开发”，导出 develop/explore/open up 等一系列的词，个体可能倾向于其中之一并优先使用。快捷性则要求反应速度同步提高，这一点在实际外贸业务洽谈或直接回复电子邮件中具有较高的要求。互译训练使得学生在熟记典型化、模块化文本基础上，找到最适合自身特点的表达模式，成功地实现翻译过程中的思维方式切换。教师鼓励学生针对某一具体句子使用尽可能多的表达方式，在客观上也有利于形成良好的学习气氛，造就融洽的师生关系，也有利于学生的语言输出。在实际教学工作中，笔者采取口译和笔译交替进行的做法。从语言转换发生的角度来看，与未经控制和即兴的语言相比，在控制条件下细心准备的话语中，语言的正式程度更高。

教师对学生作业的讲评，以 Word 文本在多媒体教室可以将学生的部分翻译或写作练习展示给全班同学。大家讨论并提出意见之后教师按适宜性原则（appropriateness）加以评定。“语言教学不应该只培养学习者正确造句的能力，更重要的是培养他们知道在某一条件下怎样使用这些句子的能力。”教师通过变更句子类型、语态或换用词汇等方式，对表达某一特定含义的句子加以对比活用，学生可以很直观地看到，“经典”的句子往往有多个变式，对培养学生未来活用句子的能力颇为有益。有一个外商曾善意地讽刺过国人对 How are you? 的几乎全国统一的回答 Fine. Thank you, and you? 的确值得反思。顺应性（adaptability）指语言使用者能从可供选择的不同的语言项目中作出灵活的选择，以尽量满足交际的需要。语言使用者能驾驭语言、充分有效地表达自己的思想、与他人进行交际正是利用了语言这一特性。

以学生需求推动商务英语写作教学方法的改进，需要清楚地认识到关注语言形式是商务英语写作教学的质量保证。商务英语写作教学中交际法、认知法、翻译法和任务法以及其他方法并用，才能互为目的，互为手段，不至于有失偏颇。经常听到有人说，跟老外做生意英语不要太好，只要他能听懂就行。这是对“任务法”的理解偏差，认为任务法就是简单的完成任务而已，这是把任务教学法当做忽略语言形式的一种的借口。值得一提的是，通过多次的学生外贸实习调查发现，许多促销信以及邮件的回复，之所以石沉大海，就是因为对语言形式的重视不够。不难想见，谁会愿意和连话也讲不清楚的人做生意？谁会愿意因对方语言含糊不清而陷入恼人的纠纷之中？在这种情形下，翻译法不但是对学生预习阶段任务完成情况最好的检查，也是在教师介入评估的条件下，切实促进商务信函撰写能力的有效途径。

因此，规范性是商务英语写作教学过程中师生共同的努力方向和追求，在实际外贸工作中，有的业务员可能因为单证中的一个小小错误而需要在海关、银行、工厂之间来回奔波好几趟，甚至因为一字之差而给公司带来巨大损失。对于商务英语写作使用的典

型句式应当进行适度的语法分析并安排学生进行操练以达到熟悉语言规则的目的，大量的实证研究证明了语言规则的教学确实可以提高言语表达的准确性。传统的语法教学法和侧重于语言规则操练的听说法以及近年来流行的交际法，在商务英语写作教学中都各有其独特的功效和使命，在实践中对学生未来的商务谈判、经贸翻译以及商业写作等能力的强化均具有积极影响。

培养语用能力是商务英语写作教学的灵魂。在商务英语写作的教学过程中，教师的中心角色就是选择、改写并创造种类不同的任务，然后使之排列成教学序列，以适应学习者的需要、兴趣以及语言水平。从学生未来需求来看，从事未来专业工作需要处理大量的电子邮件，产品说明说书的翻译，客户接待，业务洽谈等。以培养学生的这些能力为导向，在语言教学中尽可能采用综合技能集成法把听、说、读、写四项语言技能中两项以上的技能综合起来进行训练。课堂时间的确有限，如果一方面为学生提供尽可能多的语言运用的机会，努力激发学生的主观能动性，另一方面注意在侧重商务英语撰稿技能训练的同时，穿插其他技能的训练，就可以使教学效果更加显著。

在商务英语写作过程中，词义可以有无数的选择，句式可以有无数的变化，写作的错误就是因为这些选择和变化协调不当所致，本书的编写同样也不例外。需要在明确目的和目标的前提下，对商务英语作为专门用途英语的本质特征加以熟练地掌握，使写作的质量逐步提高。

对于书中可能存在的疏漏甚至错误，恳请广大专家、学者、同行、同学通过电子邮件（yangxiaobinhello@163.com）提出宝贵意见和完善方案！

本教材配有教师用书或课件等立体化教学资源，供教师教学参考（见书末赠送课件说明）。

编 者

2008年8月28日

目 录 | Contents

Unit 1 公司与信誉 Companies and Reputation	1
Section 1 读写指南 Learning Business Writing in English	1
Section 2 公司介绍 Introducing Your Company	8
Section 3 信誉调查 Status Enquiry	15
Unit 2 产品与市场 Products and Markets	23
Section 4 产品信息 Product Description and Manuals	23
Section 5 市场调查 Market Research	30
Section 6 问卷调查 Questionnaire Survey	37
Unit 3 信函与业务 Letters and Business	45
Section 7 书信规范 Formatting Your Business Letter	45
Section 8 业务关系 Business Relations	52
Section 9 报盘还盘 Offers and Counteroffers	59
Unit 4 生产与运输 Orders and Shipment	67
Section 10 接单生产 Orders and Their Fulfillment	67
Section 11 货物运输 Shipment	74
Unit 5 单证与包装 Documents and Packing	83
Section 12 各类单证 Documents	83
Section 13 产品包装 Packing	90
Unit 6 融资与支付 Financing and Payment	99
Section 14 募资融资 Raising Finance	99
Section 15 付款方式 Payment Terms	106
Section 16 催款清欠 Debt Settlement and Collection	113

Unit 7 保险与代理 Insurance and Agency	121
Section 17 保险事项 Insurance	121
Section 18 代理事宜 Agency	128
Unit 8 投诉与客服 Claims and Customer Service	137
Section 19 投诉索赔 Complaints and Claims	137
Section 20 客户服务 Customer Service and Settling Claims	144
Unit 9 促销与广告 Sales Promotion and Advertising	153
Section 21 促销之道 Pushing Sales	153
Section 22 广告策略 Advertising Strategy	160
Unit 10 合作与合同 Joint-venture and Contract Terms	167
Section 23 合资合作 Joint-venture and Co-operation	167
Section 24 合同条款 Contract Terms	175
Section 25 补偿贸易 Compensation Trade	182
Unit 11 文秘与管理 Secretarial Writing and Company Management	191
Section 26 通知通告 Notice and Announcement	191
Section 27 招聘解聘 Personnel Wanted and Dismissal	198
Section 28 写备忘录 Memos and Minutes	206
Section 29 邀请申请 Invitations and Applications	213
Section 30 公司管理 Company Management	220
Unit 12 人脉与职场 Interpersonal Relations and Employment	227
Section 31 道歉慰问 Apology and Sympathy	227
Section 32 祝贺致谢 Thank-you Letters and Congratulations	234
Section 33 求职任职 Job-seeking and Curriculum Vitae	241
Section 34 另谋发展 Resigning and Individual Development	248
Section 35 杂务写作 Other Forms of Writing	255
Bibliography	262



Unit 1

公司与信誉 Companies and Reputation

Section 1 读写指南

Learning Business Writing in English

学习目的

1. 了解关于商务英语写作的基本理论知识。
2. 掌握常用的有关商务英语写作理论的重要词汇和专门术语。
3. 熟悉经典的商务英语写作的语言表达方式，提高汉英互译的水平。
4. 构建双语对比与文本分析的思维模式，强化根据商务写作的具体情形进行创造性应用写作的能力。

建议课时：2 课时

任务 1 预读任务 Pre-reading Task

上课之前仔细阅读有关商务英语写作的要点概述，了解相关的基础理论知识。

1. What is business English?

Generally speaking, English can be divided into two different categories, English for General Purpose (EGP) and English for Specific Purpose (ESP). Business English is an important branch of ESP as business English is English especially related to international trade, the exchange of capital, goods, and services across international borders or territories.

Therefore, business English has its own outstanding features in both learning and teaching. Business English focuses on vocabulary and topics used in the world of business including trade, finance, and the language and skills needed for typical business communication such as presentations, negotiations, meetings, small talks, socializing, correspondence, report writing, and so on.

2. What is English for business writing?

Business English is the use of the English language to make profits and save costs in the process of doing business and it is one way to use English for this purpose. In some ways, all writing in English is similar, following the same basic rules, such as the rules of grammar and syntax. But business writing has only one purpose and one purpose only, making money. In ordinary writing, the meaning and significance of what is written is of primary importance; in business writing, only the result counts. Since business English is designed and used only to make profits and avoid losses, a basic principle in business English must be the clear understanding of your purpose in writing anything. And that writing is work, something you do to make money. What you write is a product or service, called a work product. This means you must bear in mind all of the time what your purpose is in constructing any written work product and how you expect what you write and the way you write it to result in increasing income and decreasing costs.

3. How can you learn English for business writing well?

To learn business writing well and grasp the tactics in applied writing, you need to have a general idea of the layout of the whole course and then carry out a scientific way of learning step by step.

First, do a careful study of the basic theory on writing; second, recite the business sayings in part two. These business sayings have been proved to be very useful in business negotiations; third, read the core words and expressions very carefully and try to find the changing forms and different meanings used in different sentences; fourth, recite the typical sentences and do your best to write in different ways; finally, be active in classroom discussion and always do your homework actively.

任务2 商界名言 Business Sayings

背诵商界名言有助于增添商务英语写作的趣味性，并可用于未来的商务洽谈活动。

1. All things are difficult before they are easy. 万事先难后易。
2. Rome is not built in a day. 冰冻三尺非一日之寒。
3. Like author, like book. 文如其人。
4. Teaching others teaches yourself. 教学相长。

5. A man may lead a horse to the water, but he cannot make the horse drink. 人可牵马至水边，强行饮马却艰难。

任务3 核心词语 Core Words and Phrases

课前理解记忆并熟练背诵相关的重要核心词汇，包括经典句式部分的生难词语及专门术语。

application 求职申请	resumes 个人简历
potential customers 潜在客户	fill out 填写
written materials 书面材料	proposals 提议
writing strategy 写作策略	interactive 互动
persuasion 说服	attract attention 引起关注
fair prices 价格公道	business letters 商业信函
grammatical mistakes 语法错误	misleading 误导的
business transaction 交易	make profit 获利
sales department 销售部	submit 发送

任务4 经典句式 Typical Sentences

在不看双语文本的情况下，预先使用经典句式进行英汉或汉英翻译自测，潜心比读经典句式的行文风格与写作方法，然后与同学相互提问检测英汉互译的速度与准确率。

1. 写作是一种才能，这是事实，而且只有少数人特别具有天分。但是写作能力也是可以习得的，只要注意某些规则并且以有组织的方式进行思考，就能和有天赋的作者一样具有创造性。

The truth is that writing is a talent and only a few people are privileged with it, but it can also be learned and anyone can be almost as creative as a writer with inborn talent if one pays attention to certain rules and thinks in an organized manner.

2. 统计表明糟糕的商务书信对你的生意危害很大。因为，在其他人和别的公司看来，差劲的商务信函是公司整体实力的一个反映。

Statistics show that poor business correspondence can have a detrimental effect on your business as people and companies view poor business letters as a reflection on a company's overall ability.

3. 有些文件是政府要求公司必须填写上交的，还有一些书面材料是发给潜在客户、老客户和其他公司的，如广告、市场调查、电子邮件还有像订单之类的表格等。

There are documents required by government that the company must fill out and submit. There are also written materials that go to potential customers, old clients, and other companies, such as advertising, marketing surveys, e-mails, forms such as order forms, etc.

4. 写作策略简言之就是设计好如何帮你赢得竞争，这是一项重要的技能也是无论写