

广东旅游出版社中英日三语对照实用文例丛书

陈多友 编著

火山は地震に関連していることは、一般的に台意されている。しかし、何故そうなっているかということについては必ずしも理解されていない。

It is generally agreed that volcanoes are linked to earthquakes, but it is not always understood why this should be so.

大家都普遍认为火山是与地震有关的。是，为什么会是这样呢？这个问题并不被理解。

[陈多友 主编]

中英日三语对照

商贸日语

CHINESE ENGLISH JAPANESE

日文

きわめて近い将来に、また別の大不況が生じる可能性があるということについて、おかたの同意がある。

英文

There is now fairly general agreement on the possibility of another great depression in the near future.

中文

大多数人都同意，就在不久的将来，有可能会发生另一次大规模的经济萧条。



CHINESE ENGLISH

中英日三语对照

广东旅游出版社

商贸日语

顾问：宿久高 胡振平 修刚 孙立川 吴之桐 佟君 麻贵宾 保刈荣子
主编：陈多友

图书在版编目 (CIP) 数据

中英日三语对照商贸日语: 中英日/陈多友编著. —广州:
广东旅游出版社, 2000.8

(中英日三语对照实用文例丛书)

ISBN 7-80521-967-2

I. 中... II. 陈... III. 商业-日语 IV. H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 19468 号

广东旅游出版社出版发行

(广州市中山一路 30 号之一 邮编: 510600)

广东省农垦总局印刷厂印刷

(广州市沙河东莞庄路)

850×1168 毫米 32 开 17 印张 391 千字

2000 年 8 月第 1 版 2000 年 8 月第 1 次印刷

印数: 1~7000 册

定价: 26.00 元

前 言

随着对外经济文化交流活动的日益频繁，我国加入 WTO 日期的临近，精通多门外语且学有专长的人才越来越受欢迎；更由于特殊的历史、地理等因素的影响，中日两国间的各种官方、民间性质的交流在我国对外关系事务中占据着相当大的比重，各行各业都需要大批能够熟练地使用标准的日语，按照国际规范处理各类日常工作的复合型人才。据媒体报道：我国（包括港、澳、台）境内自 70 年代末以来出现的日语热，现在正不断升温，日语已成为仅次于英语的第二大外语语种。与此同时，成为既懂日语又懂英语、中日英三语共用的多栖型涉外型人才成了当今中国社会生活中一种崭新的时尚。因此，各种日语、英语图书资料、光盘软件极其热销。然而，与这种潮流不相称的现状是：目前国内图书市场上还缺乏适于中日英复合型人才学习用的图书资料、工具书等。为了弥补这一不足，我们特意组织了一批中青年学者编写了这套《中英日三语对照实用文例丛书》，推向市场，以期解决广大日英语爱好者的燃眉之急，为国家培养专业外语人才作一点贡献。

这个系列由 10 册构成，它们是：《中英日三语对照商贸日语》、《中英日三语对照旅游日语》、《中英日三语对照社交日语》、

《中英日三语对照办公文秘日语》、《中英日三语对照契约文书单证日语》、《中英日三语对照公关日语》、《中英日三语对照国际市场营销日语》、《中英日三语对照电信、网络日语》、《中英日三语对照日常医疗日语》、《中英日三语对照经营管理日语》。

此系列丛书具有如下特点：

一、内容丰富，涉及面广。内容涉及：外经外贸、国际金融、涉外谈判、会务应酬、契约合同、CI战略、海内外市场营销、论文报告、单据文书、演说发言、信息传递与处理、电报·电话·电传·传真网络、办公文秘、旅游观光、出差公干、社交礼仪、医疗保健、个人信函，等等，几乎无所不包。

二、读者层面广，可操作性强。本系列丛书可以广泛地适用于行政机关、事业部门办公文秘人员，涉外公务人员，涉外企业经营管理人员、各类社团、组织的公关人员，学者·科研人员、外经外贸·国际金融·旅游服务·医疗保健等领域的专业人士，又可兼作大专院校必修课、选修课或自学教材。本系列丛书分科明细，针对性强，侧重于实务和基本技能的介绍，学习者可以现学现用，边学边用。因此，它们是经营现代社会生活的必携之书。

三、结构合理，简单便利。各分册自成体系，均按业务实务具体程式逐一展开。读者可以在按步就班，循序渐进地学习日语、英语词汇、语法、句型知识的同时，系统地掌握专业知识和相关的基本技能；与此同时，各章节又相对独立，在概括性地介绍了基本实务和技能的基础上皆罗列了大量的具体文例。读者可以从各个角度进行针对性的模拟演练，必要时可对之稍加改动，便可以在实际中运用。而且，为了便于初学者使用，各章节都以日、英、汉三语对照的形式列出了核心词语，并每节单词表后面重点词汇、短语、句型、语法现象作了详细解说。

四、日、英对照文例丰富多彩，表达准确。读者可以从中学

到许多专业知识以及解决具体问题的方式方法。

本系列丛书由华南师范大学外国语言文化学院陈多友副教授统一组稿、定稿。其具体分工如下：

之一，《中英日三语对照商贸日语》，由陈多友执笔；

之二，《中英日三语对照旅游日语》，由刘金举执笔；

之三，《中英日三语对照社交日语》，由蔡建军执笔；

之四，《中英日三语对照办公文秘日语》，由李雁南执笔；

之五，《中英日三语对照契约文书单证日语》，由秦创、陈多友执笔；

之六，《中英日三语对照公关日语》，由李志颖执笔；

之七，《中英日三语对照国际市场营销日语》，由伍毅敏执笔；

之八，《中英日三语对照电信、网络日语》，由李志颖、李琳执笔；

之九，《中英日三语对照日常医疗日语》，由丁国奇执笔；

之十，《中英日三语对照经营管理日语》，由刘金举、胡秋宝执笔。

自开始酝酿本系列之日起，我们就陆续受到了国内外日语界大家前贤的悉心指导，也得到了众多同行的真诚相助；同时，本系列丛书得以出版应该归功于广东旅游出版社广大同仁的大力支持和艰苦工作。在此，一并表示衷心的感谢。由于时间仓促，笔者水平有限，谬误在所难免，敬请广大读者指正。如本系列丛书能对广大读者学习外语起到些许帮助，就是笔者最大的荣幸。

陈多友

2000年6月于华南师大

目 录

第一部 商贸日语（貿易取引の日本語：Practical Japanese for Trade and Commerce）	（ 1 ）
第一章 商贸实务概要（貿易取引実務の概要：Summary of business practice）	（ 3 ）
第一节 开展商贸的程式（貿易取引展開の手引き：General procedure）	（ 3 ）
第二节 办理出口手续须知（輸出手續の注意事項：Export instructions）	（11）
第三节 备货与相关的出口手续（商品の準備と輸出手續：Goods' preparation and related export procedure）	（12）
第四节 货运单据与装船准备（船積書類と船積の準備：Shipping documents and preparation）	（13）
第五节 通关与装船（通関と船積：Clearance and shipment）	（14）
第六节 交单议付手续（買取りの手續：Negotiation procedure）	（16）
第七节 办理进口手续须知（輸入手續における注意事項：Import procedure）	（17）
第八节 进口业务的准备与手续（輸入取引の準備と手續：	

	Import business' preparation and procedures)	
		(18)
第九节	进口单据的准备与装船单据的赎取(輸入取引書類の準備と船積書類の買取り: Import documents' preparation and the tender of shipping documents)	(19)
第十节	进口通关手续与提货(輸入通関手続と貨物の引取り: Import clearance procedure and taking delivery of goods)	(21)
第十一节	进口货物受损索赔手续(輸入事故貨物のクレーム申立手続: Claim procedure)	(22)
第二章	商贸日语实务的展开(貿易取引日本語実務の展開: Business practice)	(24)
第一节	询价函(引合い書, 見積書: Inquiry)	(24)
第二节	发盘(オファー: Offer)	(48)
第三节	信用调查(信用照会: Credit inquiry)	(75)
第四节	国际贸易普通条件合同书(国際取引一般条件書: General terms and conditions for international trade)	(93)
第三章	商贸日语实践典范文例(貿易取引日本語実践における文例: Practical writing specimen)	(113)
第一节	建立交易关系(取引関係の締結: To establish business relations)	(113)
第二节	营业通知(営業通知: Notice)	(128)
第三节	信用调查(信用照会: Credit inquiry)	(146)
第四节	推销(売込み: Sales promotion)	(164)
第五节	询盘(引合い: Inquiry)	(187)

第六节	报价〈发盘〉(オファー: Offer)	(204)
第七节	交涉(交渉: Negotiation)	(235)
第八节	定单(注文: Order)	(252)
第九节	索赔(クレーム: Claim)	(271)

第二部 国际贸易日语术语 (国際貿易取引日本語における術語: Business Terms) (301)

第一章 国际商贸术语概要 (国際貿易取引日本語における術語の概要: Business terms' procedure)..... (303)

第一节	支付条件及其术语 (支払条件及びその術語: Payment and payment terms)	(303)
第二节	信用证知识及其术语 (信用状の知識及びその 術語: The knowledge and the terms about letter of credit)	(307)
第三节	品质条件及其术语 (品質条件及びその術語: Mode of quality and quality terms)	(320)
第四节	运输条件及其术语 (運送条件及びその術語: Mode of quality and terms of transport)	(323)
第五节	海运提单和航空运单及其术语(船荷証券と航空 貨物受取証及び関係術語: Bill of Lading and Airway Bill, and the related terms)	(325)
第六节	保险条件及其术语 (保険条件及びその術語: Mode of insurance and insurance terms)	(328)
第七节	价格条件及其术语 (価格条件及びその術語: Mode of price basis and the price terms)	(334)
第八节	数量条件及其术语 (数量条件及びその術語:	

	Quantity and quantity terms)	(341)
第九节	包装条件及其术语 (包装条件及びその術語: Packing and packing terms)	(344)
第十节	结汇单据及其术语 (決済書類及びその術語: Documents for the settlement of account and the terms)	(346)
第二章	国际商贸日语术语实务的展开 (国際貿易取引 日本語術語に関する実務の展開: Business practice)	(355)
第一节	价格及支付条件的交涉 (価格及び支払い条件 についての交渉: Negotiation for price and payment terms)	(355)
第二节	装运 (船積: Shipment)	(375)
第三节	代理 (代理: Agency)	(386)
第三章	国际商贸日语术语实用文例 (国際貿易取引 日本語における術語の実用文例: Practical writing specimen)	(402)
第一节	信用证 (信用状: Letter of Credit; L/C)	(402)
第二节	支付 (支払い: Payment)	(414)
第三节	品质 (品質: Quality)	(433)
第四节	价格 (価格: Price)	(444)
第五节	保险 (保険: Insurance)	(455)
第六节	数量 (数量: Quantity)	(466)
第七节	运输 (輸送: Transport)	(474)
第八节	包装 (包装: Package)	(490)
第九节	货款的回收 (代金回収: To recover the shipment)	(497)

第十节 市场营销（マーケティング：Marketing）	
.....	（507）
第十一节 交易条件（取引条件：Trade terms）	 （520）

第	一	部
---	---	---

商貿日語

(貿易取引の日本語) Practical

Japanese for Trade and Commerce)

第一章 商贸实务概要

(貿易取引実務の概要：

Summary of business practice)

众所周知，随着现代化大生产的日益发达，国际分工的日益精细，国与国之间，地区与地区之间的商贸关系显得愈来愈重要，可以说，没有商贸层面的交流，现代人类的一切交流活动都将失去根本性的意义。

然而，开展商贸首先必须掌握有关专业知识，如商贸展开的程式，进出口贸易手续的办理，国内贸易如何与国际贸易配套，如何开展国际间结算，如何索赔、理赔等等。现代商贸，尤其是国际贸易都是根据一定的专门知识、通用规则来展开信息资讯交流并逐步推进交易过程，最终完成预期目标的。

第一节 开展商贸的程式

(貿易取引展開の手引き：General procedure)

提及商贸，首先值得考虑的就是国际贸易。开展国际贸易通常是按如下步骤进行的：

首先必须制定稳妥的国际市场营销政策。具体地说，即要决定好“以何种价位、以何种促销方式、通过何种销售渠道、将何种产品销售给海外的何种用户”。与这些事项有关的具体政策是国际市场营销综合政策及作为其有机组成部分的商品开发政策、销售政策、价格政策、销售渠道政策、货款回收政策、售后服务

政策等等政策的具象化形态。企业及相关部门就是根据这些政策拟定海外商贸政策之目标及实施方针的。

其次，为了探求既定政策实施的可行性，确保其安全性，必须进行市场调查。市场调查分为两部分：一是通过公开或内部发行的刊物等收集统计资料、各类情报信息，这种作法我们称之为“桌面调查”（在商贸日语中称作，“机上調査”）；二是向海外派遣专门调查人员，让他们结合国际市场营销政策对当地市场状况进行详细的调查研究。当然，最为理想且行之有效的作法是将上述两种作法结合起来进行。而且，国际贸易的规模愈大、内容愈复杂，意义就愈重大，相应的市场调查就得愈加绵密。反之亦然。但是，不论贸易属何种性质、规格，都要作市场调查，否则，交易风险就不可避免。总之，制定出国际市场营销政策，实施完毕市场调查，确定了妥当的海外市场后就可以着手设定交易关系了。

交易关系的确立始于向理想的市场的理想的企业（贸易商或制造商等）提出交易申请（取引申込みをする）。具体的作法是拟开展交易的双方以一定的方式取得联系后先是互相交换企业介绍资料（会社案内書：Company's guidebook）、各类财务报表（財務諸表），如借贷对照表（貸借対照表）。盈亏计算书（損益計算書）、产品目录及价格表等等；随后，互相告知对方己方的信用调查单位（信用照会先）的名址；接下来分别对对方及对方的交易银行进行经营者信用调查（業者信用照会：Trade reference）及银行调查（銀行照会：Bank reference）。在确定对方值得信赖后交易关系便正式建立。

交易系关系有时可以通过缔结具体的合同、条约，如常规交易协定书（基本取引協定書：General agreement）、销售合同（売買契約書：Sales agreement）等加以确立。有时也可以在不签

合同的情况下直接开展买卖交易。到底何者更为妥当，这要视企业规模、交易内容、交易数额、交易的重要性而定。关键的是在正式开展交易之前必须充分做好信用调查工作。信用调查的重心有三点：①资本：资本金、资金、财政状况、财政能力、规模、发展能力（前景）；②经营者的经营才能：交易规模、交易能力、技术能力、在业界的地位、其交易伙伴；③对方的性格：社风、经营者的人格、经营理念、可信赖的程度等等。即国际上统称的所谓“3C 信用”(3C's of Credit——Capital, Capacity, Character)。

信用调查完毕，交易关系确立后就可以按部就班地开展交易活动了。

再次，交易对象确定以后，通常是由买方向卖方提出拟购买或进口某种商品的要求，在国际贸易业务中这种行为称作“询价”或“询盘”(引合い: Inquiry)。所谓询价(“询盘”)，就是买方向卖方提出的有关价格及交易条件等交易内容的咨询，因此，它所要求的内容是非常具体、明确的。即使买方咨询的内容并非特定项目，例如只是向卖方发出了一封诸如“我方想了解贵司第 456 号商品的价格及其他详细情况”(貴社の第 456 番の商品の価格及び他の詳細を知りたく存じます: We would like to know the price and other particulars of your goods No.456.) 或“我司拟购买贵司第 456 号商品，请告知其价格及其他交易条件(貴社第 456 番の商品を買いきたいので、価格及び他の取引条件を知らせていただきたく存じます: We would like to buy your goods No.456 and let us have the price and other terms of the business.)”之类的简短信函，卖方也得认真对待。作为答复卖方需寄送交易成交所需的资料，如价格表(価格表: Price List)、商品目录(カタログ: Catalogue)等，并要告知对方其他详细情况。这种答复行为，国际贸易业务中称作“发盘”(オファー:

offer)。

提及“发盘”，在实际操作过程中，其形式不只拘泥于上面我们已述及的卖方对买方“询盘”进行答复的模式，更多场合都是由卖方主动向买主发出，尤其当市场处于买方市场的情形下，卖方要推销其商品，保持并扩大市场份额，更要积极出击，经常地、多方地向客户“发盘”。总之，不论采用何种方式操作，“发盘”都是交易成立过程中最初步的、也是最关键的环节之一。

卖方的主动“发盘”，根据其机能可分为“不确定发盘”（虚盘）＜不確定申込み：Free offer＞和“确定发盘”（“实盘”＜確定申込み：Firm offer＞）两种类型。所谓“不确定发盘”（虚盘）是指卖方虽向买方作出了销售某特定商品的承诺，但是，对其又有所保留，即可以根据市场状况的变化，自由地予以取消。正因为如此在国际贸易中又称其为“卖方最终确认式发盘”（売手の最終確認を要する申込み：Offer subject to seller's final Confirmation）。相形之下，“确定发盘”（实盘）就严格得多，它要求确定一定的答复期限，在该期限内盘中所允内容不可更改，更不可取消，买方在该期限内若同意购买，那么卖方就必须销售，否则就属违约，买方由此有可能产生或已经产生的损失将由卖方赔偿。

值得注意的是：“确定发盘”（实盘）场合的操作方法是摒弃文牍主义的，交易双方通常不是以书信或文件的方式去确认买卖契约的成立，而是以电报、电传、传真、网络等电信联络方式互相沟通的，当卖方确认买方的购买的意愿后，买卖合同自动成立。

在“确定发盘”（实盘）的场合，关于答复期限问题，除了卖方各自作出诸如“我司规定此盘在9月10日内答复有效（当社は、この申込みを回答が9月10日までに当社に必着することを条件として行います：We make this offer Subject to your re-