



BUSINESS
ENGLISH
WRITING

张洁茹 唐玲 编著

商务英语写作教程



黄河出版传媒集团
宁夏人民教育出版社

BUSINESS
ENGLISH
WRITING

商务英语写作教程

张洁茹 唐玲 编著



黄河出版传媒集团
宁夏人民教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

商务英语写作教程 / 张洁茹, 唐玲编著. — 银川:
宁夏人民教育出版社, 2010.12

ISBN 978-7-80764-370-8

I. ①商… II. ①张… ②唐… III. ①商务—英语—
写作—教材 IV. ①H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 254815 号

商务英语写作教程

张洁茹 唐玲 编著

责任编辑 朱晓灵 王慧 向红伟

封面设计 万明华

责任印制 刘丽

黄河出版传媒集团 出版发行
宁夏人民教育出版社

地 址 银川市北京东路 139 号出版大厦 (750001)

网 址 www.nxcbn.com

网上书店 www.hh-book.com

电子信箱 nxhhsz@yahoo.cn

邮购电话 0951-5014284

经 销 全国新华书店

印刷装订 宁夏锦绣彩印包装有限公司

开本 880mm×1230mm 1/32 印张 8.75 字数 270 千

印刷委托书号 (宁)0006018

版次 2010 年 12 月第 1 版 印次 2010 年 12 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-80764-370-8/G·1295

定价 28.00 元

版权所有 翻印必究

目 录

Contents

第一部分 概述

Part One Introduction

- 一、商务写作的基本策略 / 1
- 二、商务写作的六大原则 / 5

第二部分 商务应用文写作

Part Two Writings on Business Reports and Messages

- 一、简历 Curricular Vitae / Résumé / 11
- 二、通知 Notice / 25
- 三、备忘录(便笺)Memorandum / 38
- 四、报告 Report / 50
- 五、会议记录 Minutes / 62
- 六、广告 Advertisement / 73

第三部分 商务信函写作

Part Three Business Letters Writing

- 一、商务信函写作基础 Guidelines for Business Letters / 87

- 二、建立业务关系 Establishing Business Relations / 96
- 三、询盘、报盘、还盘 Enquiries, Offers & Counter-offers / 107
- 四、订货与答复 Order / 123
- 五、装运 Dispatch / 134
- 六、付款与催收 Payment & Collection / 143
- 七、投诉与索赔 Complaints & Claims / 154

第四部分 其他商务往来信件

Part Four Other Business Correspondence

- 一、求职与招聘 Application / 167
- 二、邀请与请求 Invitation / 180
- 三、感谢与祝贺 Appreciation & Congratulation / 189
- 四、慰问与同情 Consolation & Sympathy / 202
- 五、道歉与婉拒 Apology & Decline / 213

附录 商务英语词汇表 / 220

参考文献 / 272

后记 / 274

第一部分 概述

Part One Introduction

对于把英语作为第二语言学习的中国学生来说, 商务写作涉及的内容, 小到标点、拼写, 大到词句连接、布局谋篇, 处处离不开语言基本功。有效地运用写作策略, 对于提高商务英语写作水平有较大的帮助。

一、商务写作的基本策略

从写作的文体特征来看, 商务写作主要包括商务应用文写作和商务信函写作。在下笔写作之前, 我们应当了解以下四项写作策略。

(一) 明晰写作目的

在进行商务应用文与信函写作之前, 心中一定要有明确的定位, 即所写的文字是针对什么部门、什么人的。

首先要确定写作交际走向, 它是属于上行文(下级部门向上级部门呈递的公文)、下行文(上级部门向下级部门递发的文件)还是平行文(同等部门或无隶属关系部门之间递交的公文), 了

解了这个界限,才能做到文字表达规范和得体。

其次,写作者要适当了解对方信息,做到“因人而异”和“量体裁衣”。这些信息包括:身份——用来决定写作语气和语调;专业——用来决定写作用词;阅读人数——用来决定写作所要达成的目标。如果是写给一个人的,要对他/她的境况、需求、期望等做一番探讨;如果是写给一个群体,就要分析他们的整体构成和各自的特殊性,这样写出的文章才会有有的放矢。

写任何材料,都要有目的性。在合作遇到冲突时,需要通过信函向对方解释、致歉等;在合作顺畅时,可能会提出邀请、请求、建议或者表示认同、祝贺等。总之,写任何文章都要明确所要表达的中心思想。

(二)具备写作基础

文章的主体架构、布局技巧和语言表达方式,这些因素直接决定读者的理解接纳程度和写作目标的实现。因此,写作者要牢牢记住以下四个商务写作要素,即组织好篇章段落,理顺逻辑关系;提炼语句,运用固定句式;注意措辞,熟知语汇特色;加强语言交际功能,突出语用效果。这四个要素是成就一篇成功范例的基础。

写文章首先要有内容,其次要有一定的构思和技巧把主题巧妙地展开和总结。写作的好坏,取决于作者是否能够游刃有余地在主题概括和论据细节之间驰骋。要写出布局清晰、内容充实、结构合理,需要作者一番精心的构思准备。匆忙提笔、草草收尾是许多初学者的特点,我们应尽量避免。

(三)熟悉写作过程

同其他许多题材的写作过程一样,商务写作的基本过程也

包括准备、起稿和定稿三大部分。

准备阶段要做到深思熟虑,明确写作者的角色、写作的对象和所要达到的预期目的。

起稿阶段需要完成以下几个步骤:

1. 确定篇幅。商务文书的篇幅从一页到几十页不等。文章的展开方式多种多样,但多数文稿都分为开头、主体和结尾三个部分。各部分所占比例视全文的长度而定,一般情况下,开头和结尾不宜超过一页。

一头一尾虽小,其分量和意义却不亚于主体部分,特别是对长篇文章而言尤其如此。从读者的视角来看,在有限的时间内要把握大段文章的要旨,最佳途径是迅速捕捉一头一尾中所包含的信息。因此,写好文章的开头和结尾就意味着成功的一半。

2. 组织布局。商务文书注重逻辑性,结构严谨,环环相扣。写作时需要作者有一个清醒的思路,从而使文理有一个明确的走向。下面简要介绍几种写作布局模式。

(1)由近至远。从时间定位,可以先从眼下的事情谈起,然后涉及将来;从空间定位,可以从局部推到全局,从内部延至外部,从某个人联想至更多的人。

(2)由浅至深。要照顾读者的接受能力和认识水平,最好先谈他们熟悉的东西,渐渐导出新鲜、生疏和复杂的内容。如果无视写作对象,再漂亮的文字也达不到预期的目标。

(3)由轻至重。心理学的研究告诉我们,人记忆最深的是最新获得的信息。因此写作时有时会把最重要的内容放在最后,以便于读者能够记住它。

3. 文体定位。从表面来看,天下文章千姿百态,各有千秋。

其实文字的表达都有一定的规律可循。写作者在给文章定位的时候,应注意以下几点:

(1)记叙与非记叙的比重。记叙文一般是按时间顺序展开的,如果描述曾经发生过的事情,通常会使用过去式。而商务文书不是小说语言,需要遵循真实性的原则,因此叙述的事情要基于事实。不过,在公文写作这个领域,非记叙性文字所占的比例很大。

(2)交流的互动性与单向性。如果书面交流是双向的,就会表现出互动的特性,即有来有往,有问有答。对话的双方既要清楚地表达自己,又要尽力把握对方的意图与心态。如果双方对话连续几个回合,互动过程中将出现的变故和调整则是不可预知的。相比之下,单向性的文字比较简单,写作者不要求对方答复,只是设法通过某种手段,准确而完整地传递信息。

(3)抽象信息与具体信息的灵活使用。商务信息是多种多样的,但可以将其归为抽象和具体两大类。抽象的信息是指不含事例或实证的信息,而具体信息刚好相反。举例来说:*Judy, you have proven to be indispensable again. Your work for the textbook committee has made all of our jobs easier.* 在这个例子中,第一句提供的是抽象信息,而第二句则将它具体化。在写作中经常采用这种从抽象到具体的模式,先宏观,后微观。当然,也可以采用完全相反的模式,即先摆出若干具体实例,然后得出抽象化的结论。

(4)客观描述与主观判断不可混为一谈。凡是属于客观现实的均为 *fact*,属于主观判断的都归为 *opinion*。在写作中,不能够将客观描述与主观的个人看法混在一起。如果是阐述事实,要有

依据,不能凭空臆想。可以用事实作为背景来引出观点。如:

Recently, there have been a number of articles in various magazines concerning IT enterprises in China. Rather than just copying them all or writing a summary of each one for the president, you need to categorize the information according to areas of interest.

到了定稿阶段,主要通过校对与修改做好最后的审视和润色,检查拼写和语法是否正确,事实与数据是否有错。以下列标准尺度来检验定稿:布局合理,层次分明;信息合理,内容完整;语气恰当,适合读者;语句连贯,一气呵成;措辞到位,表达准确。

(四)明白写作要点

写作时要认真考虑希望对读者产生一种怎样的影响力,这决定写作者将要使用何种态度和语气来进行写作。写作要使用统一的格式并沿袭固定的套语,这样会使文章看起来可信,也便于阅读和理解。否则,读者可能会感到不礼貌,或者感到理解上颇费周折。写作时使用简单而朴实的语言,用词准确,避免含糊不清,这样可以让读者非常清楚地了解写作者的意图,以免造成沟通上的误会。

二、商务写作的六大原则

要想写好一封规范、标准、得体的商务信函,必须具备良好的商务信函写作知识。尽管今天互联网的发展日新月异,解决了商务往来速度慢、时间长的问题,但传统的商务信函依然受到人们的青睐。商务书信格式正式,其构成要素和写信格式有着固定

的范本,作者在随意创新上要格外慎重,否则会带来商务交流的负面影响。商务信函写作应遵循以下原则:即准确(Correctness)、清楚(Clarity)、简明(Conciseness)、具体(Concreteness)、完整(Completeness)和礼貌(Courtesy),也叫做商务写作的“6C”原则。

(一)准确(Correctness)

从广义上讲,商务英语写作的准确性原则包括四层意义:读者能理解、接受的英语水平;使用精确措辞,传达准确信息;正确地使用语法和标点符号;拼写正确。

1. 恰当的语言风格。我们在撰写正式的商务英语函件时,应尽量使用正规的语言;而当起草非正式的商务便条、商务便函及商务书信时,可使用较通俗的口语。

请比较下面两组例词:

Formal	Informal
approximately	about
inquire	ask
ascertain	find out
obtain	receive
assist	help
participate	share
construct	build
purchase	buy
contribute	give
sufficient	enough
difficult	hard
utilize	use

2. 准确的措辞和信息。商务写作离不开商务术语,一般常用的商业术语用词简洁。商务英语写作应该特别注意措辞和信

息的正确性。

3. 正确的语法和标点符号。常见的标点符号错误主要出现在逗号、冒号、省略号等符号的使用。常见的语法错误一般出现在以下几个方面:主谓之间的一致关系;代词与先行词之间的一致关系;修饰语与被修饰语之间的一致关系;状语的位置。

4. 单词的正确拼写。

(二) 清楚(Clarity)

写作中要合理安排要点,运用正确的句型句法,突出重点,层次分明。

1. 逻辑布局(Logical Organization)。常用的逻辑布局方法包括:因果关系(Cause & Effect);时间顺序(Chronological Development);序列顺序(Sequential Development);比较(Comparison);一般到特殊(From General to Specific);特殊到一般(From Specific to General)。

2. 合理构架句群与段落(Well-written Sentences and Paragraphs)。在商务英语写作中,应该合理安排句子和段落的结构与长度,把各种长句、短句、简单句、复杂句等组合成长度恰当的段落。如:

Marshall Corporation was founded forty years ago, and it now has branch offices in four states, and it employs nearly 400 individuals. (poor sentence)

Marshall Corporation was founded forty years ago. With branch offices in four states, it now employs nearly 400 individuals. (revised sentence)

3. 统一性与一致性(Unity and Coherence)。一篇商务写作

的每一个段落都要围绕一个论点从不同方面进行论证,而在每一个段落中又都有一个主题句(topic sentence),一般安排在段首或段尾,而其他的句子则围绕着主题句进行论证,全文就这样一步一步、一环扣一环地统一在主题思想上。而且,句子与句子之间、段落与段落之间都要前后呼应,首尾连贯。

4. 强调(Emphasis)。在商务英语写作中,有时需要强调某些单词、词组、句子,突出它们的作用,可以采用一些技巧手段,如下加横线,大写,或不同的字体、颜色等。

(三) 简明(Conciseness)

简明是现代商务英语写作的发展趋势,是在保证内容完整无损的前提下用尽可能少的词句来阐明主题。商务英语写作要求既简短扼要,又不失完整与清晰。这是现代商务英语最基本的要求,也是由商务写作的性质所决定的,因为商务写作属技术性写作而不是文学创作。

1. 使用简洁的语言(Use simple language)。尽量使用诸如 please, prefer, because 这样简单的词语,避免使用如 will you be good enough to, express a preference for, for the reason that 这样冗长而又复杂的短语。

2. 少用陈词滥调(Omit trite expressions)。下面列出的是一些常见的陈词滥调,如: it has come to my attention; at your earliest possible convenience; take the liberty to; due to the fact that; with kindest regards; avail yourself of this opportunity 等。

3. 避免冗长的表达方式和内容重复(Avoid wordy expressions and unnecessary repetition)。在不影响完整和礼貌的前提下,使用最简短的语句来表达函件的内容,避免毫无意义的重复和废

话。如:

We require full-automatic washing machine which is of the new type. (poor sentence)

We require new-type full automatic washing machine. (revised sentence)

4. 删改无关紧要的成分(Remove unneeded facts)。如果句中的某些成分被删除后不影响句子的原意,那么就应毫不犹豫地删改掉。如下面句子中的画线部分被删去后并不影响句子的原意:It should be noted that this is the best we can do.

(四)具体(Concreteness)

商务英语写作要求函件内容书写具体而明确,因此,尽量使用确定、具体的语言,直截了当地传递信息、说明问题,切忌笼统模糊。尽可能地提供明确、具体的信息。使用具体词汇,避免使用抽象的词汇,因为抽象的词汇往往令人感觉模糊笼统。

(五)完整(Completeness)

商务信函既要简洁,又要完整。应该一次提供所有必需的内容,完整达到说明的目的,而不必再写补充信函。如果是回信,就该就对方的所有问题予以明确的答复和说明。写信时谨记“六个W”: who, what, where, when, why, how。写完信后,仔细用这“六个W”进行检查,看是否遗漏重要信息。商务英语写作的内容务必完整周密,任何要点的遗漏都可能导致重大损失。

(六)礼貌(Courtesy)

礼貌可以增进友谊,广结朋友,树立良好、诚恳的公司形象。商务英语写作中的礼貌原则,并不是指采用一些客套的句式,而是指一种贯彻于全文的尊重、理解和体谅对方的态度。以下是几

条有助于体现礼貌的写作方法:

1. 使用礼貌友好的词汇,避免那些过分、冒犯和轻蔑的语言。

2. 体谅对方的写作态度(You-Attitude)。写信时应牢记收信人的要求、需要和愿望,设身处地为对方着想,提出一些对收信人有益的建议。

3. 措辞得体,避免使用有性别歧视之嫌的词语;体现出具有较高的道德素质和个人修养并体现出忠诚和诚恳。

4. 及时答复来信也是一种礼貌的行为。

第二部分 商务应用文写作

Part Two Writings on Business Reports and Messages

一、简历 Curricular Vitae / Résumé

简历(Curricular Vitae 或 Résumé)指个人的简单历史,主要包括学历和工作经历,一般供求职时使用。学校教育、工作经历的介绍是简历中最重要的组成部分。除此之外,简历的开头有本人的姓名、年龄、联系地址、所申请的职位等。个人情况除学历和经历外,还包括婚姻状况、家庭情况、健康状况等。有些简历还包括特殊爱好、专长、成就等。

一般来说,英语简历并无固定不变的格式,个人可根据自己的实际情况灵活设计。在句法方面,通常简历中的句子比较简短。简历中大部分句子的主语明显是写作者本人,因此主语 I 经常省略,动词 be 的形式也一并省略。因此,简历中的句子多为分词短语、名词短语、形容词短语、动词词组等。特别要注意的是,简历中句子的时态多用过去时。如:

Born and reared in Thousand Oaks, California. (在加州千橡树城出生长大。)这是一个过去分词短语,省略了主语 I 和 be 动词 was, 全句应为: I was born and reared in Thousand Oaks, California.

Fluent in Spanish (西班牙语流利)是个形容词短语,省略了主语 I 和谓语动词 am。

Sales manager for three years (当过三年的销售部经理)是个名词词组,省略了 I have been a。

英语简历的版面设计一定要有条理,整齐美观,给人一种舒服易读的感觉。版面的设计可以是分项式(Item Pattern),也可以是表格式(Form Pattern)。分项式的特点是间隔明朗、一目了然;表格式的特点是清晰简洁、紧凑分明。英文简历首行中心位置通常直接显现求职者本人姓名,然后是通讯地址和通讯方式等。例如:

Elizabeth Wong
B-12 Leverett House
Kings College Cambridge, Massachusetts 02138
617-456-5622
Email: lwhavd@hotmail.com

也可以写成这样的形式:

Elizabeth Wong	
B-12 Leverett House	Permanent Address:
Kings College Cambridge	2811 Bumham Boulevard
Massachusetts 02138	Minneapolis, Minnesota
Email: lwhavd@hotmail.com	621-387-9866, 617-456-5622