

新视角系列

International Trade
Correspondence

国际贸易函电

主 编 綦 颖 王 菲 钱福东
副主编 徐玉萍 徐 萍 赵 宇
毕 莹 王维佳 苏 琳

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

国际贸易函电

INTERNATIONAL TRADE CORRESPONDENCE

主 编 綦 颖 王 菲 钱福东
副主编 徐玉萍 徐 萍 赵 宇
毕 莹 王维佳 苏 琳

 北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 简 介

国际贸易函电是国际贸易专业的专业主干课之一。本课程是一门融国际贸易知识与英语知识为一体的应用语言课程,也是一门重要的职业技能课程。本教材旨在使学生了解贸易业务各个环节,同时学习和掌握英语在各业务环节中的应用。本书共分12个单元,重点编录了外贸业务磋商过程中各个环节往来函电的实例,如建立业务关系、询盘、报盘、还盘、成交、支付、装运、包装、保险、申诉、索赔及代理;同时,根据当前国际交流与合作的现状,增设了情景对话板块,每一单元的情景对话都与函电内容相呼应,增强了教材的实用性;另外,还在相应的单元列举了确认书、合同、信用证、提单及保险单的实例,更好地体现了高职教材的职业性。

本教材可作为高等院校经济贸易专业学生的必修课教材,也可作为其他专业学生的选修课教材,同时也是广大外贸从业人员的指导用书。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易函电/綦颖,王菲,钱福东主编. —北京:北京理工大学出版社, 2009. 8

ISBN 978 - 7 - 5640 - 2369 - 0

I. 国… II. ①綦…②王…③钱… III. 国际贸易 - 英语 - 电报信函 - 写作 - 高等学校 - 教材 IV. H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 107518 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775 (办公室) 68944990 (批销中心) 68911084 (读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 保定市中国美凯印刷有限公司

开 本 / 787 毫米 × 960 毫米 1/16

印 张 / 13

字 数 / 252 千字

版 次 / 2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷

印 数 / 1 ~ 2000 册

定 价 / 26.00 元

责任校对 / 陈玉梅

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题,本社负责调换

丛书编写委员会

主任委员：王盈秋

副主任委员：吕迎春 金郁 战海林 赵淑燕
钱福东

委员（以姓氏笔画为序）：

毕莹	陈红波	丁嬿	杜文耸	高衡
耿民	顾云龙	侯冠男	侯玲	胡晓棠
黄超	黄明娇	黄迎新	纪述	江波
康伟	李丽丽	李凌云	李涛	李雯艳
李熠妍	李永忱	梁昕	刘德娟	刘佳妮
刘亚珍	刘颖	栾贺	罗桂萍	罗颖
罗勇胜	孟广芬	牛达	綦颖	邵燕妮
苏琳	苏欣	孙丽华	孙岩	谭志明
唐冰然	王健	王维佳	王欣	冼昌艳
岳宏	岳文	张春瑶	张惠	张金龙
张莉	张爽	张楹	张訾	周丹
周密	朱振香			



总序

改革开放的30年是中国敞开对外开放的大门，高速发展、逐渐融入世界经济，并在国际舞台上发挥越来越重要作用的30年。在这段历程中，中国加入世界贸易组织是一个重要的里程碑，极大地推动了中国经济与世界经济的接轨与融合。经济全球化的趋势迫切需要培养大批熟练掌握英语、精通商务知识、熟悉国际商务环境、善于跨文化交际的国际型、复合型人才。

此类商务人才的成功培养是诸多环节与因素共同发挥作用的结果，其中必不可少、至关重要的一环就是有一套以此目标为导向的、编写意图明确、选材新颖、针对性强、实用性高的高质量教材。因为教材是一切教学活动得以顺利开展的基础和前提，而学校又是向各行业输送专业人才的重要基地。

本套“新视角系列”规划教材在体系上分为商务英语基础课程教材《商务英语听力教程》《商务英语口语教程》《商务英语阅读教程》《商务英语翻译教程》《商务英语写作教程》等，和商务英语专业核心课程教材《国际贸易实务》《商务英语谈判》《国际贸易函电》《货代操作英语》《报关员实务》《报检员实务》《单证员实务》等。每本教材自成体系，整套教材又是一个有机的整体，形成了科学的商务英语教学体系。另外，本套教材不是封闭的系列，将随着高校课程改革以及现实的经济不断发展情况不断推出新的书目。

本套教材体现了编写者努力将语言技能训练和商务知识学习有机融合的思路和理念，其宗旨是服务于复合型、应用型人才培养的目标。编写者们都是有着多年一线教学经验的资深教师，不仅熟悉英语教学的重点、难点，同时具备丰富的商务贸易领域的专业知识。

本套教材在编写过程中得到了北京理工大学出版社的大力支持，在此表示衷心感谢。

丛书编写委员会



前言

随着中国经济建设的蓬勃发展,我国正从一个贸易大国逐渐走向贸易强国。在这一转变进程中,将会有更多的部门、企业直接参与对外贸易活动,这就对经济贸易从业人员提出了更新、更高的要求。国际贸易函电作为国际商务活动经常使用的联系方式,是开展对外经济贸易业务和有关商务活动的重要工具。

1. 编写依据

本教材依据高等教育的培养宗旨和人才培养模式的基本特征,坚持以提高学生综合素质为基础,以强化知识的应用性为主线,兼顾学生后续发展能力的培养。教材内容体系的设计充分考虑了我国高等院校的教学实践和高校学生的知识结构与接受能力,突出语言能力的培养,强调实用性和针对性。

2. 编写特点

(1) 在内容安排上,围绕经济贸易岗位群的要求,以仿真教学为任务,以提高岗位技能为目标,充分体现了国际贸易函电学科实践性、操作性强的特色,使专业教学内容与职业资格标准相适应,使之更贴近于应聘岗位。让学生系统地学习和掌握外贸业务磋商过程中各个环节往来函电的写作,并把英语最重要的功能——交际功能也展现在书中,实现“说、写、译”的一体化,以期提高学生在外贸业务活动中正确使用英语的能力,从而使学生们在走上工作岗位后能够适应对外贸易工件的需要。

(2) 在编写体例上,以 CBE 教育教学体系中的模块教学(MTA)形式组织编写,同时注重各模块之间的有机联系。每单元围绕外贸业务的一个环节展开,采用模块式结构,信函写作是本书的主体,但它并不是独立的,是以词汇、句子为基础的,因此每单元分成“主体信函”“关键词汇”“常用句子”“情景对话”“阅读训练”5个模块,个别单元根据内容的实际情况还增设了“补充材料”模块。各单元后均安排习题,以巩固所学内容,针对同一业务环节反复进行大量的应用性技能训练,以强化应用能力的培养。

本教材由綦颖担任第一主编,设计编写大纲并进行全书的统稿、定稿工作。具体编写情况如下:

第一单元:王菲、綦颖;第二单元:王菲;第三单元:钱福东、赵宇;第四单元:钱福东;第五单元:徐玉萍;第六单元:綦颖;第七单元:徐玉萍;第八单元:徐萍;第九单



元：苏琳、赵宇；第十单元：王维佳、綦颖；第十一单元：綦颖；第十二单元：毕莹

由于编者水平有限，书中难免存在不足之处，望广大教师和学生能提出宝贵意见和建议，以便我们进行修改和完善。

编 者





本教材共分 12 单元，各单元的编排体例一致，分为主体信函、关键词汇、常用句子、情景对话、阅读训练和课后练习 6 个模块。个别单元根据内容需要还增设了“补充模块”。具体说明如下：

主体信函 (Samples of Letter)：给出国际贸易各个环节中的标准往来信函，帮助学生对书信的格式、内容等建立起直观的认识。

关键词汇 (Key Words)：针对主题信函中出现的专业词汇、词组、术语进行重点讲解，并配有例句，使学生不仅能记住，更能熟练掌握并正确运用。

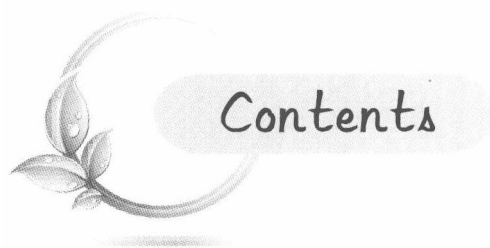
常用句子 (Basic Sentences)：列举国际贸易信函往来的高频专业语句，帮助学生巩固提高。

情景对话 (Situational Dialogues)：口语训练模块，同时也是对外贸专业词汇和句型的巩固。

阅读训练 (Reading)：外贸信函的阅读，旨在提高学生处理国际贸易往来信件的速度。

课后练习 (Exercises)：设有选择、完形填空、英汉互译和信函写作几种题型，题目紧密围绕每一单元的主题展开，可全面检测学生对知识的掌握程度。

建议本书的教学时数为 72 ~ 100 学时，可供一学期使用，教学时间为 18 ~ 20 周，每周 4 ~ 5 学时。也可根据不同学校的实际情况进行调整。



Unit 1	Introduction to a Business Letter	1
Unit 2	Establishing Business Relations	12
Unit 3	Inquiry and Reply	24
Unit 4	Offer	36
Unit 5	Counter-offer	50
Unit 6	Order and Acceptance	61
Unit 7	Payment	82
Unit 8	Shipment	98
Unit 9	Packing	113
Unit 10	Insurance	125
Unit 11	Complaint and Claim	137
Unit 12	Agency	152
	Keys for Reference	164
	Appendix: Other Letters in International Trade	190
	参考文献.....	195

Unit 1

Introduction to a Business Letter



Introduction

A business letter is a letter written in a formal language. Since China joined the WTO, business activities and information exchanges across borders have been increasing rapidly. Business letter is the essential means of communication in international trade. Only through communication by letters can a deal be concluded between the seller and the buyer. At all stages of an international transaction, it is necessary for both the parties to write letters to each other, informing the counterpart of the business situation on his side.

The ability to write effectively is a valuable business asset. One reason is that a great deal of business is transacted in writing. Still another reason is that proficiency in writing gives the man or woman in business a personal advantage over less capable writers and contributes substantially to his/her self-confidence — a necessary quality for business success.



Part A: Structure of Modern Business 商业信函的构成

I. Parts of the Business Letter 商务信函的组成部分

从结构上看, 商业书信一般分为 12 个部分:

1. The Heading (信头)
2. Reference and Date (参考编号和日期)
3. The Inside Address (封内地址)
4. Attention Line (经办人提示行)
5. Salutation (称呼)
6. The Subject or Caption Line (事由行)
7. The Body of Letter (正文)
8. The Complimentary Close (结尾敬语)
9. The Signature (签名)
10. The Enclosure or Attachment (附件)
11. Carbon Copy Notation, 简称为 CC (抄送)
12. The Postscript (附言)

第 1、第 3、第 5、第 7、第 8、第 9 是信的必要组成部分, 一般不可缺。其他部分则视实际需要而定。

II. The Ways of Writing These Parts 各部分的写作要领

1. The Heading (信头)

商务信函的信头, 一般包括写信人的名称和地址。一些正式信函的信头还包括发信人或单位的电话号码、传真、电子邮件地址和邮政编码等。西方国家中有些信头甚至还有单位负责人的姓名、职务和职称等。

通常情况下, 公司都会专门印制带有信头的信笺纸, 包括发信人的姓名、地址、电话、传真等。当我们撰写传统信件时, 直接使用这种信笺纸就可以。若是空白纸, 信头通常打在信笺的中央或右上方。

2. Reference and Date (参考编号和日期)

有些信头上, 发信人还注明编号和查号, 希望对方复信时能指明原号码, 以便查阅原

件。为避免混淆,最好标明“Your Ref: / Our Ref:,”这部分内容是为了方便今后查询信件用的。

日期的写法要注意以下几点:

(1) 英国人写日期的顺序通常是日、月、年,而美国人的习惯则是月、日、年。

(2) 年份要写完整,而月份可以用英文缩写,日期可用序数词或基数词,但有用基数词的趋势。例如:

日期的几种写法:

20th February, 2009

20 Feb. , 2009

Feb. 20, 2009

3. Inside Address (封内地址)

这是指收信人的姓名和地址,一般写在信笺的左上方。收信人名称地址的格式和信头的格式相同,从信纸的左边顶格开始写,低于写信人地址和发信日期1~2行,其次序是:先写收信人姓名、头衔和单位名称,占1~2行,然后写地址,可占2~4行,收信人的姓名一定要正确。例如:

Ms. Joanna Kerry

Peking University

Haidian District, 100871

Beijing, China

4. Attention Line (经办人提示行)

当发信人希望这封信由专人或某个部门专门处理时,一般在封内地址下方,称呼上方标注:“For the attention of:”或“Attention:”的字样,为了引起收信人的注意,通常加上下划线,因此又称为是“注意线”。例如:

信件交由 Smith 处理的话,一般在称呼上方空两行的位置标明:

For the attention of Mr. Smith

如信件交由市场部处理,一般标明:

Attention: Marketing Department

5. Salutation (称呼)

指对收信人的一种称呼,应自成一,从信纸的左边顶格开始写,写在低于信内地址1~2行的地方,每个词的开头字母要大写,较常使用的有 Dear sirs, Dear Madam, Dear Mr. × ×。至于末尾处的符号,英国人用逗号,但美国和加拿大英语则多用冒号。称呼用语可视写信人与收信人的关系而定。给外国人写英文信时,称呼用语要注意以下几点:

(1) 对以人名为名称的公司和企业,通常在姓名前用 Mr. 的复数形式 Messrs. 例如: Messrs. Black and Brothers 布莱克兄弟公司。



(2) 对女性一般称呼 Mrs. , Madam 或 Miss。Mrs. 用在已婚女子丈夫的姓氏之前, 或姓氏和名字之前, Madam 一般不用在名字前。

(3) 对收信人的称呼, 也可用头衔或职位的名称, 不分性别。例如 Professor (缩写为 Prof.), Doctor (缩写为 Dr.), General (缩写为 Gen.)。这些称呼都放在姓氏之前或姓氏和名字之前, 如 Prof. (Phil) White 等。

(4) 对外公函中对收信人的称呼, 可用 Gentlemen (而不是 Gentleman), Dear Sir (s) 和 My dear Sir (s) 等。Gentlemen 之前不能加 Dear, 后面也不能带姓名。用 Sirs 时, 前面常用 Dear 一词, 但也可单独用 Sir。若收信人是妇女, 则无论已婚或未婚, 都可单独使用 Madam 或其复数 Mesdames。

6. The Subject or Caption Line (事由行)

事由也就是我们通常说的主题, 可以直接写明信件的重点, 让人不必读完整篇信函才了解到信的内容。事由写得好可以突出信文的目的, 引起收信人对重点内容的注意, 所以事由要写得简明扼要。事由这一栏可以大写也可以小写。可以用 “Subject” 一词, 也可以用 “Re” (With Reference to)。事由位于称呼之下, 与称呼相隔一行, 可以用下划线或黑体字加以突出, 其位置居中、居左或缩格均可。例如:

Subject: Our Sales Confirmation No. TE151

Re: Our recent consignment of Mango juice

7. The Body of Letter (信的正文)

信的正文包括三部分内容:

(1) The Opening Sentence (开头语)

开头语没有统一的格式, 但习惯上先用客套的语句把收到对方来信的日期、主题及简单内容加以综合叙述, 使对方一目了然这是答复哪一封去信。如果是第一次通信, 也可以利用开头语做必要的自我介绍, 并表明目的要求。开头语一般与正文分开, 自成一节, 要求简单明了。例如:

① We thank you for your Order No. 115 received this morning for the above goods.

② We owe your name and address to Mr. Smith who has informed us that you are in the market for electric goods.

(2) The Body (正文)

正文即信的主体。一封信件的优劣, 主要看正文写的好或坏。书信的正文要段落清楚, 一段一个主题。关于书信正文的书写规则, 在后面将有详细的说明。

(3) The Closing Sentence (结束语)

正文写完后, 另起一段写结束语。结束语一般用来总结文本所谈的事项、提示对收信人的要求或做必要的声明, 另外也附加一些客套的语句。例如:

① Looking forward to your early reply.

② Hoping to hear from you soon.

③ Any other particulars wanted we shall be pleased to send you.

8. The Complimentary Close (结尾敬语)

结尾敬语是结束信函时的一种客套，是写信人对收信人的一种谦称，只占一行，应该与前面的称呼相呼应。低于正文 1~2 行，从信纸的中间或偏右的地方开始写。第一个词的开头字母要大写，末尾用逗号。一般用：Yours (very) truly, Yours (very) faithfully, Yours (very) sincerely, 等等。

在欧洲一些国家，多把 “Yours” 放在 “sincerely” 等词的前面。在美国和加拿大等国家，则多把 “yours” 放在 “Sincerely” 等词之后。“Yours” 一词有时也可省略。

9. The Signature (签名)

写信人既可以代表本人签名，也可以代表公司签名。不管代表本人还是代表公司，亲笔签名下面都必须将姓名打印上去。如果是授权代表公司签名，就必须在亲笔签名的前一行写明公司名称，如：

Yours faithfully,
for ABC Air-conditioning Co., Ltd.
(signature)

Mr. Smith Parrington
Regional Sales Manager (Singapore)

在商业信函或传真中，代表他人签名时还经常用 “p. p.” (即 “per pro”，代表) 代表 “for”。

信末的签名一般低于结束语 1~2 行，从信纸中间偏右的地方开始写。若写信人是女性，与收信人又不相识，则一般在署名前用括号注上 Miss, Mrs. 或 Ms.，以便对方回信时知道如何称呼。

还可加上识别记号 (Identification Marks)，用以说明信件由谁处理，一般是由签字者姓名缩写大写后加斜线或冒号再加打字员姓名缩写小写组成。如：

Mark Conner 是签字者，而 Atlan Wagner 是打字员，则可表示为：MC/aw (或 × × C: aw)

10. The Enclosure or Attachment (附件)

信件若有附件，则必须在文中注明。附件说明通常位于识别记号之后，可以采用以下几种方法：

Encls. (Enclosures): 2 Invoices
Enc. (Enclosure): 1 Bill of Lading

11. Carbon Copy Notation, 简写为 CC (抄送)

如果除主要收信人之外，信件或传真还需抄送第三者时，通常用 “CC” 表示，如：



CC: Chan Waiming.

有时,如果发信人不想让收信人知道信件或传真还要抄送给别人,就用“BCC”(“Blind Carbon Copy”无信头副本)代替“CC”,标注在不发给收信人的影印件的下方。抄送位于左边空白齐头处,在识别记号下面,与其相隔一行。

12. The Postscript 或 P. S. (附言/再启)

如果签名后发现有忘记说明的事情,可有 P. S. (附言/再启)用于补叙正文中遗漏的话,应尽量少用,正式的函件中更应避免使用。例如:

P. S. : The catalogue was sent to you on July 7th.

Sample Letter 1 (Block Style 齐头式)

(1) TIANJIN CHEMICALS IMPORT & EXPORT CORPORATION

58 Nanjing Road

Tianjin, China

Telephone (No.):

Fax Number:

(2) August 10, 2008 Your Reference:

Our Reference:

(3) Messrs. J. Brown & Co.

143 Tower Street

London, E. C. 3

U. K.

(4) For the attention of: Import Dept.

(5) Dear Sir,

(6) Re: Chinese Chemicals

(7) We thank you for your letter of August 6 and shall be glad to enter into business relations with your firm.

As you know, it is our policy to trade with the people of all countries on the basis of equality and mutual benefits. We believe we shall be able, by joint efforts, to promote friendship as well as business.

We are sending you 3 pamphlets and a pricelist covering part of our exports. Please advise what articles you are interested in at present.

We look forward to your early reply.

(8) Yours faithfully,

(9) p. p. TIANJIN CHEMICALS IMPORT & EXPORT CORPORATION

(Signature)

Charles Smith
Marketing Manager

CS/wy

- (10) Encl: as stated
- (11) CC: our Branch Offices
- (12) P. S.

Part B: Writing Rules of Modern Business Letters (写作规则)

A good business letter is brief, straightforward, and polite. If possible, it should be limited to one page.

A business letter is considered successful under the following conditions:

- (1) The receiver interprets the message as the sender intended to tell.
- (2) It achieves the sender's purposes.

In order to meet these objectives, American experts in business communication developed six C's principles: courtesy, correctness, completeness, concreteness, conciseness and clarity.

The follow principles should be involved in writing business letters:

1. Courtesy (礼貌、谦恭)

Courtesy is the quality that enables us to refuse to perform a favor and at the same time keep a friend; to refuse a customer's request for credit without killing all hope of future business. It is not courteous to keep your correspondent waiting for an answer. The courteous writer should be sincere, tactful, thoughtful and appreciative.

For example:

Thank you for your enquiry dated 11th.

We take the pleasure of receiving your enquiry of 11th.

We wish to express our sincere regret for our oversight.

2. Correctness (准确)

Correctness means appropriate and grammatically correct language, factual information and accurate reliable figures (such as names of articles, specifications, quality, price and units, etc.)

3. Completeness (完整)

Make sure to include all the necessary information and data in the message because information and data can help senders get receivers' responses and achieve desired objectives. An incomplete message may result in increased communications costs, loss of goodwill, sales,



valued customers, cost of returning goods, and more time trying to make sense out of the incomplete message. It is essential to check the message carefully before it is sent out.

4. Concreteness (具体)

Concreteness means making the message specific, definite and vivid. When you write a business letter, the following should be paid attention to:

(1) Some qualities or characters of goods should be shown with exact figures and avoid words like short, long or good.

(2) Give specific time (with date, month, year and even offer hour, minute if necessary)

(3) Avoid expressions such as yesterday, next month, immediately, etc.

5. Conciseness (简洁)

Make it a rule to use no more words than are needed to make your meaning clear. The writer should do as follows:

(1) Shorten or omit wordy expressions.

(2) Include only relevant statements.

(3) Avoid unnecessary long sentences, relative pronouns, abstract subjects, and passive verbs.

6. Clarity (清楚)

Keep constantly in mind what you want to say in your letter. It is welcomed to express yourself clearly and directly in the easiest language. Plain, simple words are more easily understood. Properly paragraphing message is required for the purpose of clarity. For instance, we use "semimonthly" instead of "bimonthly" for "two times a month" because "bimonthly" may mean both "two times a month" and "once every two month".

7. Consideration (体谅, 多考虑对方)

The letters you send out must create a good first impression. To achieve this, "put yourself in your reader's shoes" and try to imagine how he will feel about what you write. Try to imagine that you are receiving rather than sending the letter and emphasize the YOUR attitude rather than OUR attitude.

For example: When you order our products regularly, you will surely benefit from increased profits.

Avoid such expression: We would very much like to have your regular order.

There are some exceptions. For example:

"We did not receive your payment on time." is proper than "You didn't send your payment on time."