

英语 商务信函 写作辅导用书(第二版)

Communicative Letter Writing for Exporters
Reference Book (2nd Edition)

康 晋 主编



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

图书在版编目 (CIP) 数据

英语商务信函写作辅导用书/康晋主编. —2 版
—北京: 对外经济贸易大学出版社, 2012
新世界商务英语系列教材
ISBN 978-7-5663-0310-3

I. ①英… II. ①康… III. ①商务—英语—信函—写作—自学参考资料 IV. ①H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 069070 号

© 2012 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

英语商务信函写作辅导用书 (第二版)
Communicative Letter Writing for
Exporters Reference Book (2nd Edition)

康 晋 主 编
责任编辑: 李 丽

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

山东省沂南县汇丰印刷有限公司印装 新华书店北京发行所发行
成品尺寸: 185mm × 230mm 16.5 印张 332 千字
2012 年 6 月北京第 2 版 2012 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-0310-3
印数: 0 001 - 3 000 册 定价: 32.00 元

“新世界商务英语系列教材”编委会

总顾问

陈准民（对外经济贸易大学）

编委会主任委员（按姓氏笔划为序）

丁衡祁（对外经济贸易大学）

王立非（对外经济贸易大学）

王关富（对外经济贸易大学）

车丽娟（东北财经大学）

邬孝煜（上海对外贸易学院）

陈 洁（上海对外贸易学院）

沈素萍（对外经济贸易大学）

陈振东（上海财经大学）

宫桓刚（东北财经大学）

郭桂杭（广东外语外贸大学）

“新世界商务英语系列教材（本科）”编委会

编委会委员（按姓氏笔划为序）

丁衡祁	丁崇文	王立非	王关富
王燕希	江 春	邢建玉	沈素萍
陈小全	陈延军	杨伶俐	张海森
张翠萍	李月菊	李 丽	俞利军
郭桂杭	常玉田	窦卫霖	

出版说明

“新世界商务英语系列教材”是对外经济贸易大学出版社与对外经济贸易大学、东北财经大学、广东外语外贸大学、上海财经大学、上海对外贸易学院等院校联手推出的一套面向不同层次、涵盖不同模块的商务英语系列立体化教材。

本套教材面向三个层次：研究生、本科生和高职高专学生。研究生层次的商务英语适用于全国各高等院校商务英语方向以及财经类专业的硕士研究生。整体思路贯彻《研究生英语教学大纲》和《考试大纲》，适应全国研究生英语教学发展的新要求。本套全国高等院校研究生商务英语系列教材由阅读教程、翻译教程、写作教程、听说教程以及配套多媒体课件组成。

本科层次的商务英语教材适用于全国各高等院校英语专业的商务英语方向和国际贸易、国际经济、国际工商管理等商科专业的学生。

高职高专层次的商务英语教材按照教学模式设置，包括语言技能教材和商务谈判、国际贸易实务、外贸英文制单、商务礼仪等商务知识核心教材。

针对本科层次商务英语教学模式和课程设置，商务英语方面的教材涵盖下述三大模块：语言技能、混合模块（语言技能+专业知识）、商务专业知识。

第一，语言技能

商务英语综合教程子系列（1-4册）

商务翻译（英译汉）

国际经贸文章选读

英语商务信函写作

商务英语口译

高级商务英语听说

商务翻译（汉译英）

商务英语阅读

实用经贸英语口语（第三版）

商务英语综合教程

第二，语言技能+专业知识

人力资源管理专业英语

国际贸易专业英语

饭店管理专业英语

工商管理专业英语

银行专业英语

国际商法 专业英语

金融专业英语

国际经济合作专业英语

证券专业英语

国际经济专业英语

国际营销专业英语
大学外贸英语（第三版）
国际投资专业英语
大学会计英语

广告英语（第二版）
海关专业英语
旅游管理专业英语

第三，商务专业知识

跨文化交际导论（英文版）	商务广告（英文版）
进出口实务与操作（英文版）	国际商务礼仪
经济学导论（英文版）	商务沟通（英文版）
商务谈判英语——语言技巧与商业习俗（第二版）	

上述的每套子系列教材都自成体系，合在一起又形成有机的整体。本套教材不是封闭的，而是随着教学模式、课程设置和课时的变化，不断推出新的教材。对外经济贸易大学出版社旨在广泛调动社会智力资源，与时俱进、推陈出新，整合出一套不断更新、日趋完整的商务英语系列教材，以实现我们为广大读者提供服务的座右铭：“读经贸图书，做国际儒商”（Get versed in economic and commercial subjects, and succeed in the international business arena）。

编撰者们不仅具有丰富的语言教学经验，而且具备商务活动的实践经验，或者曾任驻外商务官职，或者获得工商管理、经济学等商科专业的硕士、博士学位。他们集教学经验和专业背景于一身，这是本套商务英语系列教材编撰质量的有力保证。

对外经济贸易大学出版社
2012年1月

前 言

无论按什么标准衡量，商务信函都是一种强大的沟通手段。《商务书信写作——白领写作指南》的作者 Sheryl Lindsell-Roberts（雪莉尔·林塞-罗伯茨）指出，商务信函占了所有书面邮件的 90% 左右。写好商务信函意味着你在工作岗位上能够得到升迁，能为公司赚得利润，能给客户带去满意。

本书的目标读者是计划或即将到中国公司或中外合资企业的出口部门工作的人。他们可能是大学生，也可能是已在企业工作的员工。

指导原则 Course Orientation

笔者在编写这本教材的过程中，思绪经常会飘到距今十几年或二十几年后的未来，想象着到那时候，在世界各地的市场上，会活跃着一大批精通汉英双语的中国人，并且依靠这种双语比较优势，在各自的领域里大展宏图，斩获成功。

本书的读者，也就是未来的英语商务信函的“写者”，如果你们想要跻身这些人士的行列，劝你们在学习商务信函写作的同时，能够着意学习并能学会“有效沟通”，扩大这一“比较优势”。

这本教材是一种尝试，是以一己之力做的一种尝试。我们是中国人，要用英语写作，汉译英是一个躲不开的步骤。但是我们不能停留在翻译阶段。实际上，许多人正是没有跨过这个关口，其英语表达才不够到位。所以说，英语写作不是把汉语翻译成英语，而是一种基于汉语原材料的英语再创作，是一种需要循序渐进地加以体会的艺术，需要刻意应用才有可能慢慢地熟练掌握。

在这一指导原则之下，需要将沟通理论与商务实践很好得结合起来。本教材的作者致力于这样一种均衡的理论与实践的相互结合，力图将写作技巧、英语语言的学习和应用以及外贸业务内容有机地结合起来。

语言是为内容服务的工具，内容必须服务于特定的业务目标，而写作能否达到信函作者原定的目标，便是本书屡屡提及的“沟通效率”和“交际效果”问题。在“英语商

务信函写作”这个框架之中，英语的应用仅仅是用于传达公司管理层的种种决策和具体操作指令的工具。

正是出于这一指导思想，本书才用了很大一部分篇幅来讨论如何修改例句和信文，并且在修改中一再强调公司老板的原本意图即内容到底是什么。也正是出于这一指导思想，本书在集中讨论语言问题的各章里，在具体的例句和信函修改的讨论中，始终把“语义信息”和“语义重心”即内容作为修改的根本依据，同时考虑是否“辞不达意”和“义不及辞”。总之，本书的编撰原则是将内容与语言相结合。

同时，本书作者相信，一门商务英语写作课，理当专注于英语语言的运用即写作本身，也就是应该将重点放在语言的使用和写作上。这么一门课程不应该，也不可能取代业务课程（即常说的“专业课”，其教材和授课的工作语言可能是英语，也可能是汉语）。

这么一门课程也不可能取代实际商务活动中的第一手经验。外贸实务一线的商务活动中的亲身参与或真实经历，所涉及的变数显然更加复杂，远非课堂上区区几十个授课小时所能周全。

课程定位 Course Positioning

“高级商务英语写作”这门课是商务英语沟通 400 系列的基础课程之一。对外经济贸易大学英语专业的课程代码是 407，其他专业的课程代码是 422。但是，根据学生平时的表现以及本课程在国际商务环境下的业务内容定位，本书作者认为系列代码为 350 及其近似值的商务英语写作更适合本课程的定位。也就是说，本课程的开课时间应当提前到本科三年级甚至更早。

在国际商务的工作中，从业人员需要起草或撰写许多不同类别的英语文件，比如企业简介、产品简介、商品目录册、产品散页、传单、信函、直邮广告、使用说明或用户指南、备忘录、便条和通知、成套的宣传手册、海报、策划书、报告、促销信、其他宣传材料和资料。这方面无论英语还是汉语，各自均有一整套名词，其间有区别也有重合；各家公司屡有花样翻新，词典教材永远也跟不上现实。

但是借此说明：在上述所有的写作类型中，本教材及其相应的课程只介绍商务信函的写作，包括电子邮件。

本教材定义中的信函是中小型外贸公司及其同类型国外企业在商务活动中经常使用的信函。大型跨国公司较少使用本书定义的商务信函；它们使用的文件类型将在本书的

后续教材中予以涉及。

教材目标 Textbook Objectives

本课程在对外经济贸易大学的正式名称叫做“商务英语写作”，英语名称是“Advanced English Writing”。由于这门课的课时从起初的每周 6 课时减少为 4 课时，后又进一步减少为 2 课时，所以这门课的授课重点变化十分显著，以前是以各种商务文本的写作为重点授课内容，而现在仅以商务信函写作构成其主要内容。因而，本课程称为“英语商务信函写作”更为确切。本书适应这种变化，在内容上作了大幅度的调整。

本教材《英语商务信函写作》与坊间主题词为“英语商务信函”的教材有所不同。正如前面“课程定位”中已经讲到的，本教材包含的内容要比“信函写作”这个概念更为丰富一些。本教材的设计目的，在于帮助中国学生在一个有众多“国际性”特征且充满可变因素的商业环境中培养商务英语的写作能力。与此同时，还致力于帮助他们提高在一个汉语工作环境下从事进出口贸易工作中不得不使用书面英语进行业务沟通的应用技能。换句话说，本教材力图体现了国外沟通理论和国内企业对外业务的相结合。

本教材简要介绍了设在中国的出口公司需要使用的各种商业信函的写作方面的概念和基本原则，目标读者是希望成为这些公司的雇员的学生，讨论了适用于进出口流程中不同业务环节的商务信函写作的适用体裁和体例，解释了许多道理，提出了一些操作性比较强的建议，说明如何写才能写出更有效的英语信函。这样的商务信函，对内代表着他们英语不够好的老板或同事，对外则可能旨在说服以英语作为工作语言或交流媒介的业务伙伴。

本书构成 Book Organization

这本书分为 18 章。每章将结合作者对本课的定位和课程的目标，集中讲述本课程的一个要点。第 1 至第 11 章，每章重点阐述有效沟通八“C”原则之中的一个原则。以后几周会要求同学们做练习，大家的学习成效也将在上交的作业中得以体现。

第 12 章至第 18 章选取了一些含中性信息、肯定或负面信息的询问、询盘、订单、投诉和索赔等信函，介绍了商务信函的主要写作策略，涵盖了外贸业务中主要的操作流程。

这本书注重理论与实践的结合，使用了大约 2/3 的篇幅来讨论概念、信函写作的原则、

技巧和策略；其余部分则选取了大量的函件实例展现给读者。一些主题或典型句看起来重复，其实并非如此。以本书现有的编排方式，些许繁复是不可避免的。

若从另一角度进行概括，我们可以看出前面几个章节或指导读者如何达成有效沟通，或训练大家的实践技巧；而其余章节则进入“实战”，选取了在某些外贸环节中针对特定外国读者的一些信函，并解释如何实现有效的沟通。

本书特点 Features Outlined

本书消化吸收并发展了西方的一些沟通理念，尽管在不同的方面有所发展的程度互不相同。本书作者没有引用或是照搬，而是通过阅读和研究揣摩，将西方的概念与我们本土的实际加以结合。作者的某些颇具独创性的想法和方法，将在后面的例句讨论中详细阐述。

一封商务信函由五个要素组成：信息或“内容”、组织结构、语言、非文本信息（数词写法和标点符号等）、以及格式体例。本书以这五个要素在信函写作中的综合运用为重点，大量采用源于实际工作中的商务沟通实践活动。

写一封信很容易，但要写好一封商务信函并传达有效的信息却并非易事。本书并没有在每一章节和每封例信里都在阐述这个道理，但在例信的选取和改编方面的确一再体现了这种理念。希望课文的解释部分和句子分析，能够帮助学生间接地“体验”商务人士每天置身其中的工作环境。

本书力图在信息内容和语言表达两个方面争取达到某种平衡。作者借鉴了西方一些有关沟通的理念，同时舍弃了适用于国外的具体内容，代之以中国本土内容。本书在尽量代为表达中国企业需要传达的信息内容的同时，又剔除了充斥于国内同类教材的计划经济体制下的过时内容，例如假定中国出口商在任何情况下都是最后的赢家。

这门课程、这本教材及其组织结构三位一体。

建议教师 To the Teachers Using This Textbook

在课文（本书作者的说明或叙述）部分和例句例信中，可能会有一些较难的句子，这可能需要教师在授课前做些准备。可以像在英语精读课上那样，详细解释关键词语和短语，分析句子的组织结构，甚至举证语言的其他用法。这些方法既适用于课文部分，也适用于例句例信部分。

本书每章或每节的前部，均有长度不等的说明性文字，并有一些附带了详细解释的例句，而例句往往是多种版本，希冀通过比较来印证说明部分。课堂教学中，建议将这种方法运用到“课堂练习”之中。例如可以组织学生讨论这些练习题，鼓励他们提出自己的想法，然后给出并比较不同的改进意见。

任课教师似可利用本辅导用书中增加的练习和例信改写，还可以自行设计一些习题，作为这些练习的补充。

学生须知 To the Students Using This Book

在我们人生的每一个阶段，我们都在为下一个阶段而学习、而准备。在高中，为了能够成为一名大学生而学习。考研期间，我们按照学校对一名研究生的期望而学习。在本科或者攻读硕士期间，我们按照一名合格的专业人才的要求而学习。在每一个重要的阶段的末了，我们会获得一份证书，这份证书一方面是这个阶段的合格证，同时也是我们进入下一个阶段的敲门砖。这么看来，你读这本教材的目的，原本不应当是为了这门课程，原本不应当是为了拿到这门课程的学分，而应当是你在走向未来、走向国际交往的过程中一个开端。

为此，劝你能在预习课文的时候多多使用词典。在遇到与每章主题有关的术语和表达方式的时候，还应该查阅大型辞典。这么做，一方面是以以此来排除在理解课文过程中遇到的文字障碍，更为重要的是从中吸收用于写作的术语和表达方式。

笔者从历届学生的文字表现中发现，如果能在做作业的时候认真地查阅词典，很多错误本来是可以避免的。能够考到对外经济贸易大学来的学生显然都是比较优秀的，但是许多人似乎在看书方面有所欠缺。不妨用一下“懒惰”这个难听的词，主要是想说一些人在做作业时没有使用词典。英语对我们而言毕竟不是母语，词典是我们能找到的最好的老师。经常使用词典有助于有效地学习英语。

其次，建议你在学习过程中仔细地阅读课文，真正地学习一些书中介绍的道理和方法。这里所说的真正的学习是指真正地阅读书本，并能在工作中运用到日常业务之中去。在提问之前，最好能把课文至少看一遍。

本课程的写作实践需要你将一、二年级学过的内容整合起来，把学过的东西真正综合地用到作业之中。但是从每次批改的作业来看，许多人缺乏这种能力，更多的人则是整合能力不足。最能说明问题的是这种现象：大多数写作问题，或者说批改中耗时最多

的问题，恰恰是初中、高中、大学低年级肯定教过许多遍的“低级”问题，例如拼写，例如标点，例如介词短语，例如数词的用法，例如常用词语的搭配，等等。

学生如果没有好好阅读课本，这在平时的诸多方面都是可以体现出来的，甚至是显而易见的。大多数学生平时不看书，书面作业中表现欠佳，即便是在回答就课文内容而设计的单项选择题时也是一塌糊涂，只在期末临近时才临时抱佛脚。

所以要做作业，要亲自做，一道题接一道题地挨着做。最好的学习方法是从做中学。在索要答案之前，尽量先把每章的课堂练习（Classroom Workouts）都做一遍。做练习相当于健身习武中的规定动作，所以在做某道题之前，应当重温课本中的对应部分。学校的学习解决不了你在未来工作中的问题；在学校里学习只能尽可能熟练地掌握规定动作。只有先把规定动作做好了，将来在实际工作中才能加以综合运用。

从另一个角度来看这同一个问题，当你交上洋洋洒洒的一整页或两页或三页的写得密密麻麻的作业之后，许多教师会给你一个体面的分数。但你未来的老板或雇主不会仅仅满足于你写得多。他们更看重的是成效。而商务信函的沟通效率和交际效果，只能来自于注重细节，翔实的细节。你与自己信函的目标读者之间的交流是否有成效，意味着某一桩生意是做成了还是没做成。在这种既定的场景中，对写作内容的细节和写作基础的掌握便十分关键。

你可以在几个星期之内熟悉进出口业务的主要环节和程序，但是绝大多数中国职员若想应付裕如地使用英语则需要好多年的功夫。这个看法并不新颖，但是假如能够端正这个学习态度，假如能够记住这一克制的劝告，你在阅读课文的例信时，你在阅读收到的海外业务来函时，你在自己撰写回信时，就应当时时留意英语语言应用方面的种种问题，而且肯定会从中受益。

个人感觉，国内某些行业专业性不足的现象是存在的，且直接造成了出口领域大面积的增产不增收、增量不增值的局面。我们谁也不可能奢望一夜之间或几年之内改变这种情况。但是假如你愿意注重一下沟通效益和交际效果，那么就能在国际环境下的商务经营过程中争取一些比较优势，并且一定会因此而获益。

历史的潮流已经把我们所有的人都推向了国际市场，而国际市场上挤满了真正的专业人士。于是，我们所有的人都应该努力获得本文开头所说的“有效沟通”这一“比较优势”。

个人感觉，在国际市场上，中国大部分产品卖得价钱是很低的。原因固然有许多，

其中一个重要的原因便是话语权太小了。话语权太小也有许多原因，其中一个重要的原因在于我们的英语信函写得不够专业，沟通效率低，交际效果差。

本文开头讲到，今后十几年或二十年，一大批中国人将在世界各地的市场上，依靠汉英双语比较优势，拓展生存空间，实现增值经营，同时传播中华文明，融入域外文化。你将在十几年或二十年以后成为企业经营的骨干人物。如果你想在十几年或二十年以后超越现在的老板，那么，真正掌握使用英语进行沟通的能力，而不仅仅是应付差使地、完成作业地拿到本课程的学分。

此其时也。

Contents

Chapter 1	准确和正确 Correctness	1
Chapter 2	数词的写法 Amounts and Numbers	13
Chapter 3	词法正确 Correct Diction	27
Chapter 4	语法正确 Correct Grammar	41
Chapter 5	汉化英语 Chinglish	55
Chapter 6	具体化 Concreteness	71
Chapter 7	体谅对方 Considerateness	83
Chapter 8	清楚易懂 Clarity	97
Chapter 9	简明扼要 Conciseness	109
Chapter 10	恭敬礼貌 Courtesy	121
Chapter 11	与时俱进 Currency	131
Chapter 12	一般询函 Routine Requests	143
Chapter 13	应求与自发询函 Special Requests	165
Chapter 14	肯定回复 Positive Replies	179
Chapter 15	否定回复 Negative Replies	191
Chapter 16	询价、报价与还价 Enquiries, Offers and Counteroffers	207
Chapter 17	订单与确认 Orders and Replies	219
Chapter 18	索赔与回复 Claims and Replies	233

Chapter 1

准确和正确 **Correctness**

一、词语注释

1. acne *n.* 痤疮; 粉刺
2. affirmation *n.* the act of affirming; assertion 肯定; 断言
3. bureaucratic *adj.* connected with a bureaucracy 官僚政治的, 官僚派头的
4. catalog(ue) *n.* a book containing pictures and information about things you can buy
商品目录
5. circular *n.* a printed advertisement, directive, or notice intended for mass distribution
通知; 通告; 传单
6. claim *n.* to demand, ask for, or take as one's own or one's due 要求, 索取, 索赔
7. correspondence *n.* the letters that someone sends and receives 信件, 信函
8. freight *n.* goods that are carried by vehicles; the system of transporting goods in these ways (车辆运输的) 货物; 货运
9. culprit *n.* the person responsible for doing something bad or illegal 犯过失的人; 犯人
10. diction *n.* the choice of words used in a speech or piece of writing 措辞, 选词用字
11. digression *n.* turning aside or wandering away (from the subject) 离题; 枝节话
12. dispatch *vt.* to send someone or something somewhere 派遣, 发送
13. documentary credit 跟单信用证
14. D/P Documents Against Payment 付款交单
15. earmark *vt.* to set aside (money, time, etc.) for a particular purpose 指定(资金、时间等)作特定用途

16. **enclose** *vt.* to send something such as a document with a letter 把……封入信封; 随信寄出
17. **ensuing** *adj.* happening after something else, often as a result of it 接着发生的, 接踵而来的, 随之产生的
18. **enumerate** *vt.* to name each one of a series or list of things 列举, 枚举
19. **envisage** *vt.* to consider or regard in a certain way 想象; 设想
20. **format** *n.* the general arrangement, plan, design, etc. of something 安排, 设计
21. **gauge** *n.* a standard measure of weight, size, etc., to which objects can be compared 标准尺寸, 标准规格
22. **idiomatic** *adj.* expressing things in a way that sounds natural 地道的, 自然的
23. **label** *vt.* to describe or classify 描述, 归类
24. **L/C** letter of credit 信用证
25. **manifest** *vt.* to show or demonstrate plainly; to reveal 显示; 表明
26. **namesake** *n.* one that has the same name as another; especially one who is named after another or for whom another is named 同名人或物
27. **nature** *n.* a basic quality or feature of something 本质, 品质, 特征
28. **mechanics** *n.* the ways in which something works, produces results, etc. 技巧; 技术性细节
29. **neutrality** *n.* the state or policy of being neutral 中立
30. **nutshell** *vt.* to generalize 概括
31. **overlook** *vt.* to ignore deliberately or indulgently; to fail to notice; to miss 假装不见; 忽略; 漏看
32. **perspective** *n.* a way of thinking about something 看法, 观点, 视角
33. **precede** *vt.* to come before in order or rank 在……之前, 居先于
34. **redundancy** *n.* a situation in which something is not used because something similar or the same already exists 重复, 多余
35. **relevance** *n.* practical value or importance 实用性; 意义
36. **remark** *n.* a few words that give the facts or your opinion about something; comment 评论, 谈论, 话
37. **reservoir** *n.* a large amount of something that is available to be used 贮藏, 蓄积
38. **revision** *n.* something that has been changed, improved or added to; a change, improvement, or addition that someone makes to something 修订本, 订正过的版本; 修订, 校订

39. sample *n.* specimen; one of a number, part of a whole, taken to show what the rest is like 样本, 样品, 货样
40. semantic *adj.* relating to meaning of words 语义的
41. significant *adj.* very large or noticeable 相当数量的, 显著的
42. specification *n.* a detailed, exact statement of particulars, especially a statement prescribing materials, dimensions, and quality of work for something to be built or manufactured 规格, 规范
43. substantial *adj.* large in amount or degree; considerable 数目大的, 可观的, 大量的
44. transposition *n.* 词序改变
45. variation *n.* something that is slightly different from similar things 变异的东西, 变体
46. varnish *n.* a deceptively attractive external appearance; an outward show 粉饰; 掩饰
47. version *n.* a form of something that is slightly different from the earlier form 版本
48. wary *adj.* careful; looking out for danger; on guard; cautious and alert for problems 谨慎的; 谨防的; 小心翼翼的
49. wording *n.* the words that are used in a particular piece of writing or speech 用词, 措词

二、课文参考译文

学习商务信函写作的目的, 在于所写的函件能够达到其本来的目标, 即传达信息, 有时还需要说服对方。这样就需要掌握一些写作方法和技巧。这方面人们已经总结出了一些写作原则, 经常以几个首字母都为 C 的英语单词来表示。

这些原则, 最初人们归纳为三个, 后来逐步增加到了五个、六个直至七个, 主要是: 完整 (completeness)、简洁 (conciseness)、具体 (concreteness)、正确 (correctness)、清晰 (clarity)、体谅 (consideration)、礼貌 (courtesy), 其顺序在不同的文章或教材中有所变化。

笔者认为可以对之作些调整。首先, 商务信函是否“正确”是最为关键的, 应当坐上头把交椅; 其次, 想要讲“清楚”, 就必须把话说完整, 因此“完整”不应当单独成科; 再其次, 中国学生使用英语写作面向国外读者的商务信函, 显然应当注意克服人们通常称为 Chinglish 的许多毛病, 应当成为一大要点; 最后, 多年来同类教材陈陈相因, 需要