



高级商务英语系列教程

总主编 叶兴国 王光林



第三版

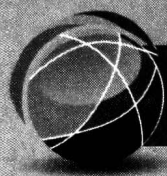
新编进出口英语函电

UP-TO-DATE CORRESPONDENCE
FOR IMPORT & EXPORT

主 编 王兴孙 张春鋐 邬孝煜

外语教学与研究出版社

FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS



高级商务英语系列教程

总主编：叶兴国 王光林

第三版

新编进出口英语函电

UP-TO-DATE CORRESPONDENCE
FOR IMPORT & EXPORT

主 编： 王兴孙 张春鋐 邬孝煜
编 者： 王兴孙 张春鋐 邬孝煜 周林根 倪咏梅

外语教学与研究出版社
FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS
北京 BEIJING

图书在版编目(CIP)数据

新编进出口英语函电 / 王兴孙等主编; 王兴孙等编. — 3 版. — 北京: 外语教学与研究出版社, 2012. 8

高级商务英语系列教程 / 叶兴国, 王光林主编

ISBN 978-7-5135-2391-2

I. ①新… II. ①王… III. ①进出口贸易—英语—电报信函—高等学校—教材
IV. ①H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 198284 号

出版人: 蔡剑峰

项目负责: 屈海燕

责任编辑: 屈海燕

封面设计: 孙敬沂

版式设计: 梁 东

出版发行: 外语教学与研究出版社

社 址: 北京市西三环北路 19 号 (100089)

网 址: <http://www.fltrp.com>

印 刷: 北京京师印务有限公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 19.5

版 次: 2012 年 8 月第 1 版 2012 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5135-2391-2

定 价: 39.90 元

* * *

购书咨询: (010)88819929 电子邮箱: club@fltrp.com

如有印刷、装订质量问题, 请与出版社联系

联系电话: (010)61207896 电子邮箱: zhijian@fltrp.com

制售盗版必究 举报查实奖励

版权保护办公室举报电话: (010)88817519

物料号: 223910001

序 言

我国的英语教育为国家的经济社会发展做出了重要贡献。正如一位著名英语教育家所言，在经济、科技等领域的每一项重大进展背后，都活跃着一批接受过英语专业教育的人才。但是，随着经济社会的迅猛发展和变化，特别是随着英语专业教育规模的急剧扩大和教育改革的不断深入，英语专业教育在赢得喝彩的同时也招来了诟病。上世纪九十年代开始，英语教育界的有识之士开始关注英语专业人才的培养模式问题，关注的焦点是英语专业应该培养什么样的人、培养多少人和怎么培养人。

英语教育家关注的问题，就其本质而言，与经济学家关注的问题不谋而合。根据微观经济学的基本理念，在一个竞争性的市场环境中，对处于微观经济层面的企业来讲，生产什么和生产多少是一个关系到企业存亡的问题；而怎么生产则是一个事关企业得失的问题。微观经济学的这一基本理念并不是说怎么生产的问题不重要，对一个企业来说，和生产什么、生产多少一样，怎么生产也是一个事关存亡的问题。但是，在一个竞争性的市场环境中，生产什么和生产多少问题相对企业的存亡是一个快变量。如果生产什么和生产多少搞错了，怎么生产的问题解决得再好，产品销不出去，企业也会即刻倒闭；而怎么生产的问题相对企业的存亡是一个慢变量。如果生产什么和生产多少搞对了，就会有时间和条件去逐步解决怎么生产的问题。当然，如果怎么生产的问题长期得不到解决，企业也会在市场竞争中失败，但对企业经营者的决策来讲，解决怎么生产的问题与解决生产什么和生产多少的问题有完全不同的含义。

如果仅仅从在竞争性环境下发展的角度来观察英语专业管理层的决策过程，微观经济学的这一基本理念同样也适用于英语专业人才的培养。目前，全国举办英语专业教育的高校超过一千所，在校接受英语专业教育的学生有数十万之多。社会对英语专业人才的接受程度呈两极分化态势。一方面，2011年凤凰网和中国雅虎等媒体发布的“中国高校本科毕业生薪酬TOP24排行榜”和“高校真实就业率排行”表明，一批以外语特别是英语教育见长或英语教育特色鲜明的外语院校的毕业生在就业和薪酬方面

表现出了强大的竞争力（全国外语院校协作组的 17 所外语院校仅占全国本科高校总数的 1.5%，进入上述两个榜单的外语院校协作组成员分别有 8 所和 5 所，分别占上榜院校的 33.3% 和 25%）；另一方面，社会上传言英语专业毕业生就业难，2010 年教育部阳光高考网站把英语专业列为失业量较大，就业率持续走低，且薪资较低的高失业风险型专业。

这组数据向我们昭示：在竞争日趋激烈的环境下，企业界由于没有解决好“生产什么和生产多少”问题而遭淘汰的案例也有可能在英语教育界出现；在英语专业教育规模不断扩大的形势下，千校一面的培养模式亟待改变；环境已经发生了历史性的深刻变化，英语专业人才培养模式应该随着环境的变化而变化。

举办英语专业教育的 1000 余所高等院校尽管是在同一个专业名称下实施教育，但这些院校在国家投资力度、学科门类、隶属关系、办学形式、办学体制、科研规模、所处区域、办学水平和服务层次等方面存在巨大差异。每一所高校都可以用矩阵式的排列从两个维度来描述类与型。即使同一类型院校，其办学基础和办学特色也往往各自不同。不同的大学有不同的历史和现实条件，发展轨迹和基础条件各不相同，所处的地域也不同，在长期的办学过程中都已形成了各自的特色和优势。每个学校只要找准自己的角色定位，选择适合自己的办学模式和发展路径，办出特色，办出水平，用特色鲜明的人才培养规格去满足各种细分的市场需求，就能赢得地位和尊敬。反之，如果培养出来的英语专业人才规格千校一面，势必造成英语专业人才的积压和贬值，对国家、院系和学生个人的发展都会产生不利的影响。

为顺应各种历史性的深刻变化，各英语院系的专业人才培养模式正呈现多样化和个性化发展的趋势。改革方案虽各有特色，但就其方向而言，大致可以分为两类：有的院系主张主动为社会经济发展服务，培养复合型英语人才；有的主张正本清源，回归英语学科本质。各种主张都是各院系理性思考和选择的结果，都有其内在合理性，并没有高低优劣之分。英语专业人才培养模式的多样化和个性化发展是在英语专业培养规模急剧扩大、社会需求发生深刻变化的形势下，英语院系为求生存求发展科学定位的必然结果。

特别值得一提的是，对外经济贸易大学、广东外语外贸大学和上海对外贸易学院等院校从九十年代就开始商务英语专业建设的探索。在中国国际贸易学会商务英语研究会的指导下，已经连续举办九届全国高校商务英语研讨会。2006 年，教育部批准目录外试办商务英语本科专业。最近公

布的《普通高等学校本科专业目录》(修订一稿)把商务英语作为“比较成熟、布点较多、稳定性好、共识度高的专业”之一列入了《基本目录》。这是教育管理高层根据变化了的形势对英语专业教育做出的适应性调整。先目录外试办再进入基本目录的过程反映了教育管理高层积极慎重的科学态度。在一千余所高校举办英语专业本科教育,数十万在读英语专业本科生,进出口总额约占GDP总额百分之五十的情况下,举办商务英语本科专业的必要性和重要性不言而喻。

目前,全国举办商务英语本科专业的院校已有几十所,开设商务英语课程的院校有几百所之多。为了给举办商务英语本科专业和开设商务英语课程的院系提供一套高质量的商务英语系列教材,我们应外研社之邀,组织编写了《高级商务英语系列教程》。在编写过程中,我们力求体现以下编写原则:

1. 商务英语教材应该与教育主管部门的战略意图相吻合。国家教育主管部门要求高校创新人才培养模式,提升人才培养质量的战略意图和《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010-2020年)》提出的“适应国家经济社会对外开放的要求,培养大批具有国际视野、通晓国际规则、能够参与国际事务和国际竞争的国际化人才”的要求应该在教材中有所体现。

2. 商务英语教材应该适应国际商务领域发生的深刻变化。加入世界贸易组织后,我国的商务领域已经发生了深刻变化。以国际贸易为例,贸易的运行对象已经从传统的货物贸易向包括货物贸易、服务贸易和知识贸易在内的“大贸易”拓展;贸易政策涉及的范围已经从过去单纯的贸易政策领域向与贸易有关的领域延伸;贸易的体制环境已经从封闭的国内贸易体制环境向开放的全球多边贸易体制环境转型;国家对贸易的管理方式已经从传统的内外贸分割管理向内外贸一体化管理的方向转变;贸易运行平台已经从传统的贸易运行平台转向数字化、信息化和网络化的贸易运行平台。本系列教材力求克服教材内容严重滞后于国际商务实际的通病。

3. 商务英语教材应该涵盖国际商务的方方面面。国际商务可以定义为任何为了满足个人和机构需要而进行的跨境商业交易。具体地说,国际商务包括商品、资本、服务、人员和技术的国际流通,知识产权(包括专利、商标、技术、版权等)的跨境交易,实物资产和金融资产投资,用于当地销售或出口的来料加工或组装,跨国的采购和零售,在国外设立仓储和分销系统等。商务包括贸易和投资以及与贸易和投资有关的方方面面。就所涉及的领域而言,商务涉及了营销、金融、税收、结算、跨国公

司管理、对外直接投资、知识产权、电子商务、贸易法律和跨文化交际等领域。就所涉及的行业而言，商务不仅包括贸易和投资，还包括运输、旅游、银行、广告、零售、批发、保险、电信、航空、海运、咨询、会计等行业。上述领域和行业都是商务的组成部分，上述环境下使用的英语就是商务英语。

《高级商务英语系列教程》共十二册，包括高级综合商务英语（1-2）、高级商务英语视听说（1-2）、高级商务英语应用文写作、新编进出口英语函电、高级商务笔译、高级商务英语口译、高级商务英语阅读（1-2）、跨文化交际导论、国际商务文化。

本系列教材的编写人员都是具有长期英语教学经验的教师，主要来自上海对外贸易学院、华东师范大学、上海外国语大学、香港中文大学、澳大利亚昆斯兰大学等院校。

本系列教材主要供高等院校英语专业、商务英语专业和财经类专业三年级学生使用，也可供具有相当英文水平的商界从业人员使用。

中国国际贸易学会商务英语研究会的专家学者对本系列教材的编写给予了诸多帮助。在此，向关心和帮助本系列教材编写的所有人员一并表示衷心感谢。

由于编者水平有限，书中难免有不妥甚至错误之处。我们恳切地希望大家提出宝贵意见。

叶兴国

中国国际贸易学会商务英语研究会理事长

前 言

在我国，进出口英语函电（或称“外贸英语函电”，简称“函电”）历来是商务英语的一门主课。

进出口英语函电是按照国际惯例、以英语书面形式进行国际贸易业务磋商及操作的沟通手段，同时也为贸易双方的交易起到“书证”的作用，因此在国际贸易的实际运作中处于不可或缺的地位。

所谓“函电”，其中的“函”，传统上是指邮寄的“信函”；而“电”，则指早先的“电报”，后来的“电传”、“传真”以及如今的“电子邮件”。传统的“信函”有许多规定的格式、规范的用语、约定俗成的表达方式。

有人或许要问，现在早已进入了电子信息时代，有了“电子邮件”，有了“微博”、“MSN”、“飞信”，“信函”还有什么用？“今天我们为什么还要学函电？”这是一个非常现实、也是一个应该回答的问题。

毋庸置疑，电子邮件是当今时代使用最为广泛、最为快捷的信息传送手段，当然也大量应用于进出口贸易的业务沟通中。但顾名思义，无论是英语的“Email (Electronic Mail)”还是中文的“电子邮件”，它都是指通过电子方式传送的“邮件”；也就是说，传统的“信函”不再由邮政传送而代之以网络。电子邮件本身就是一份“信函”，只不过它是“电子版”的、而非纸质的；同时，电子邮件还可以“附件”的方式传送“信函”。因此，二者之间在内容、礼仪、跨文化沟通、表达方式、语言规范等方面并无任何不同，不能仅因传送方式的改变而降低其要求。我们相信，会写正式信函者，当然能够轻而易举地用电子邮件的形式表达同样的内容；但是没有经过系统的学习或训练的人，就不能写出符合商务规范的电子邮件。而作为以文字为内容的电子邮件附件，它就更是一封地地道道的信函了。正因为如此，不少英语国家的专家认为，从昔日的电报、电传到今天的电子邮件，只是一种交易磋商信息传输手段的进步，传统信函写作的重要性依然不变。

其次，我们应该明白，我们所以要学习英语信函的格式，是因为它体现的是商业文化和商业礼仪，以及信函撰写者的教养；而学习函电更重要的目的是要学习和训练如何按照国际惯例、在国际贸易语境中运用英语语言的沟通能力。它涉及到的是进出口贸易的各个业务环节及其相关表达方式、业务的磋

商策略、跨文化的理解和沟通,最为重要的是英语的写作能力。这些方面都关系到贸易业务的成功与否,并未因科技的发展而改变。

同时,从当前国际工商企业乃至政府部门、学术机构相互之间信息沟通的实践证明来看,传统信函也仍起着不可取代的作用。凡需起到法律或行政凭据作用、或须具有“可追溯”作用的重要信息依然必须以“信函”的格式撰写、并由相关的人员亲笔签名加以确认。而且,这种信函还经常以 PDF 而非 WORD 的文本出现。只是现在人们常常会以附件的方式通过网络电子邮件将“信函”先行发出,加快信息的传送速度,然后再将“信函”的原件通过邮政或快递的方式送达对方供其存档。我们发现,越是规范的企业这种要求越是严格,大型跨国公司更是如此。“微博”、“飞信”则是不能作为正式的业务沟通手段的。这是企业管理的需要,也事关企业的形象。

更重要的是,本教材的读者是未来从事国际贸易的专业人才,因此必须接受系统、严格、规范的训练,学习撰写正确、规范、纯正的进出口英语函电。这就如同历史专业的学生必须以“正史”作为学习和研究的对象,而不能拿“戏说”当教材一样。

我们还可以发现,即使在英语国家,有关商务或商贸的专业往往也开设 Business Correspondence、Business Communication 或 Business Writing 这样的课程,不少内容与我们的进出口英语函电相似,而出版的相关教材、辞书更是不胜枚举。可见,即使是以英语为母语的人士,在这方面也需要进行专门的学习或培训。

鉴于上述理由,我们这本《新编进出口英语函电》第三版(以下简称本教材)依然以讲授如何撰写传统的商务信函为主,并且教材中的 94 封范例信函也全部以规范信函的形式出现。

进出口英语函电主要涉及国际货物贸易以及与此相关联的国际银行、国际货运、国际保险等行业的业务。货物贸易在各国的国际贸易中都占有极为重要的地位。据世界贸易组织(WTO)的有关数据,2008 年美、德、中、日四个世界排名最前的贸易大国的货物贸易进出口均占它们各自货物贸易与服务贸易进出口总和的 80% 以上,其中我国接近 90%。虽然我国自 2010 年起已成为世界货物贸易第一出口大国,但我国货物贸易量的绝对值提升还有很大的空间,因为按人均数计算货物贸易量,我国的人均货物贸易量仅占美、日的 1/6 不到,甚至只占德国的 1/17 左右。所以,尽管随着经济的发展和贸易结构的变化,我国的服务业肯定将日益壮大,服务贸易在对外贸易中的比例也会日益增大,但我国进出口的主体仍将是货物贸易。因此,对掌握英语函电的专业人才的需求依然旺盛。我们可以说,只要国际贸易继续存在,只要英语仍然是国际

通用语言，进出口英语函电在我国商务英语课程体系中的主要地位也就将保持不变。

为此，我们从进出口英语函电这门课程的基本定位及本质要求出发，坚持规范、纯正、适应实际及力求有所创新的原则，编写了本教材，并在第三版作了新的修订。

本教材的主要特色是：

第一，坚持以英语语言教学“交际法”（Communicative Approach）、“以学生为中心”（Student-centered）的理论和第二语言习得规律为指导，重点突出学生在国际贸易语境中英语语言应用能力的训练，帮助学生掌握规范的、符合现代英语习惯的表达方式，并能将之准确地应用到货物进出口贸易的各个环节。进出口英语函电是一门应用性、实践性很强的英语写作类课程，学生需要模仿，需要大量的针对性练习。本教材提供的所有信函范例及有关板块的例句全部都参考近年来出版的英语国家进出口函电的有关资料，配以大量例句的重点词均为出现频率高、组句能力强的函电常用词语，每个例句都具有各自独特的作用，因此具有相当的权威性、实用性和多样性。我们将进出口英语函电课程的教学目标定位于：以语言学原理，尤其是其中的语用学“合作原则”和“礼貌原则”作为指导写作的基本策略；以在写作中体现跨文化意识和公共关系意识来衡量学生在书面交际活动中的人文意识；以学生对各业务环节的操作程序和商务磋商的背景情况的了解程度来评估写作的成效；以符合规范英语、谙熟有关术语和语句的要求作为学生遣词造句、写作表述的标准。

第二，在语言的使用上，突出英语国家极力提倡的“简易英语”（Plain English）的使用。及至近几年，我国国内出版的进出口英语函电教材仍有不少依然大量采用了陈旧、过时，甚至佶屈聱牙、晦涩难懂的传统英语函电中的套话、老话等表达方式；而实际上早自上世纪70年代后期开始在美国就由金融界发起、而后在国家层面上推动了一场“简易英语运动”（Plain English Movement）。本教材坚守“简易英语”原则，确保所有信函范例、词语句型举例、单元练习等，在文体、用语方面都体现当代商务英语“简易”的特点，坚决摒弃那些陈旧过时的套话习语。

第三，在体例和内容设计上力求创新。本教材共分11个单元（Unit），除第一单元“商业信函格式”外，其余单元依据货物出口贸易的各主要环节而划分，每个单元均包括以下11个板块：

1. Into the Unit（单元入门）
2. Specimen Letters（信函范例）

3. Comprehension Help (答疑解惑)
4. Bonus Glossary (术语扩展)
5. Word Power Development (词语应用)
6. Sentence Menu (句型菜单)
7. Writing Tutorial (写作要义)
8. Communication Laboratory (语言训练)
9. Test Yourself (单元测验)
10. Variety Forum (专题论坛)
11. Tips for You (名言警句)

以上 11 个板块的设立都体现了编者的理念和特定的用意, 相比同类教材有所创新。其中, “单元测验” 和 “专题论坛” 两个板块则是第三版修订中新增加的。此外, 我们还根据科学技术的发展、国际贸易规模的扩大、UCP600 和 INCOTERMS2010 的出版, 以及多年教学中发现的问题, 从语言层面和业务层面对有关的产品名称、交易数量、语句表述等进行了一系列的修订, 以使教学内容及时反映国际贸易规则和实践发展的最新成果。

第四, 针对国内学生常犯错误设计课后练习 Communication Laboratory(语言训练)。我们在编写及修订本教材前曾广泛收集、分析了国内学生(包括外经贸企业界专业人士) 在函电写作中的常犯错误。根据国外语言学家的统计, 母语为西班牙语的学生, 在学习英语时所犯的 error, 只有 3% 来自母语的干扰 (Ellis, 1986); 而根据我们的不完全统计, 中国学生在学习英语函电过程中由于母语干扰所犯的 error, 比例可高达 80% 以上。因此, 中国学生学习英语函电的过程实际上就是不断纠正错误、转变思维习惯的过程。目前“纠错”(Error Analysis, EA) 已成为“第二语言习得”(Second Language Acquisition, SLA) 的一个重要组成部分, 也成为认识语言学习内部过程的向导。因此, 我们对练习作了有的放矢的设计。所有练习题型及内容都针对我们大量收集的国内学生常犯的英语写作错误, 帮助学生尽量少受母语的影响, 并改掉猜题的习惯, 逐步写出符合英语写作规范的书信。

本教材适用于英语专业二年级以上学生及研究生的进出口英语函电课程使用, 也适用于其他相关专业有一定英语基础的高校学生, 并且还可作为在职外经贸从业者进修的专用教材。

对于本教材的疏漏、不足之处, 欢迎各位专家及广大读者批评指正。

王兴孙

2012 年 4 月

编写说明

如“前言”所述，本教材共有 11 个单元。

第一单元“商务信函格式”主要介绍了传统商务信函的规范格式，以及须注意的有关事项。英文商务信函的格式是英语国家的商务人士在长期的商务交际中形成的书面交际礼仪规范，掌握并运用传统商务信函的格式能使自己体面、自信地与国际客商有效地进行书面沟通。因此，这是立志成为合格的国际商务专业人才的读者必须认真学习和牢固掌握的基本技能。

同时，该单元还简略介绍了电子邮件的书写格式，传真机的使用，以及在商务沟通中曾经起过重大作用的电传和电报的传输方法以及书面形式。

第二至第十一单元按照货物进出口贸易的一般程序，分别讨论询购、报价、订购、确认、保险、包装、运输、付款、投诉与处理、代理业务等进出口各业务环节的信函撰写、解读以及翻译。这 10 个单元的体例相同，都由以下 11 个板块组成：

1. Into the Unit (单元入门)

本板块简介了相关业务环节的大致背景情况，指出了有关信函的基本撰写要点，或推荐了可行的写信策略。

2. Specimen Letters (信函范例)

本板块是本教材的核心内容，每个单元都有 8 至 11 封信函不等。通过精读这些信函，读者可以了解或学习到买卖双方在有关业务环节中的谈判策略、语义表达、词语选用等技能。所有信函内的中外公司名称、地址，当事人姓名、职务，产品名称，磋商事宜虽属虚构但均有出典，因此读者可将信函内容作为真实案例研习。

板块中所有信函全部按英文商务信函的规范格式编排，这并非是我们认为目前国际上日常的商务沟通仍在频繁使用传统的信函，也并非是我们认为商务邮件必须以传统格式的信函形式撰写；而是考虑到当前传统信函仍在一定程度上起着不可取代的作用这一不争事实，并且还考虑到以下三个教学上的因素：

1) 如上文对于第一单元的介绍中已经提及的，传统商务信函的规范格式

其实是商务交际中的书面礼仪。因此高素质、有修养的国际商务专业人士应该具备撰写格式规范的传统信函的技能。

2) 有了信头、封内地址、署名等各部分详细显示通信双方企业的名称、性质、地址及办事人员的姓名、职务等信息, 因而就不需要另外用文字对信函的背景情况加以说明。因此, 凭借传统信函的格式, 有助于实现函电课程的案例教学。

3) 希望通过研读数量众多的传统商务信函, 读者能够“耳濡目染”, 自然而然地谙熟传统信函的格式, 及至需要运用时, 随手拿来即可。

3. Comprehension Help (答疑解惑)

与信函范例一样, 本板块也是教材的精髓所在。编者从语言、业务环节、跨文化交际、商务礼仪层面对各封信函作了全面的分析和讲解。

4. Bonus Glossary (术语扩展)

本板块所列的是在本单元 (及以前单元) 信函范例中尚未出现的相关业务环节上常用的术语, 均有相应的中文译文。牢固掌握并能灵活应用有关术语, 是运用函电熟练进行国际商务磋商的基本要求之一。

5. Word Power Development (词语应用)

本板块所列的是在商务语境中出现频率最高、组句能力最强、看似简单然而中国学生又容易用错的单词。我们以例句的形式诠释了这些单词在文句中的搭配组合、单复数形式、主被动语态的含义、在不同上下文中的词义等规律。读者可以将这些例句译成地道的汉语, 以体会汉英表达方式的差异并检验自己对有关单词与句子的理解程度与应用技能。

6. Sentence Menu (句型菜单)

信函范例在文句组织上是具有典型性的, 但是数量毕竟有限, 不能涵盖纷繁多变的商务情景所需的语句表述, 句型菜单板块正是用以弥补这一不足。读者可以根据具体的业务背景来解读和揣摩每个文句运用, 同样通过汉译练习可以加深对英文组句方法的理解和掌握。

7. Writing Tutorial (写作要义)

本板块讲解了现代商务英语信函写作的特点, 比较和分析了在商务写作中可能产生的语言层面上的各类问题, 以帮助读者运用推介的手段或技巧, 解决商务函电写作中可能遇到的问题。

8. Communication Laboratory (语言训练)

本板块在第二至第九单元中基本上由 7 个类型的练习题组成, 由于具体业务环节的要求, 在第四单元增加了填写英文合同的练习, 第九单元增加了修改信用证的练习。板块中具有本教材特色的题型如下:

为帮助中国学生在外语学习上走出“高分低能”的误区，板块中前两个类型的题目，即“选择题”和“改错题”都特意设计为多项的，即从零至全部都有可能是选项或需修改的，学生无法凭猜测答题。由于这两类题目基本上是针对 Word Power Development 和 Writing Tutorial 板块中诠释或讨论的问题而专门设计的，因此学生必须认真研读相应板块的内容。

类似拼图游戏的“连接词语组成句子”的练习能够检验学生的词语搭配和修饰语位置确定的能力。

改写整句的练习，针对中国学生函电写作中常犯的一些语言错误，我们专门设计了这个练习，因为传统的针对句子划线部分改错的练习形式对纠正此类错误无能为力。因此这也是改进练习形式的一种尝试，以期更有针对性地训练地道英语的掌握和应用。

第二至第七单元的撰写信函的练习中，用英文提供了关键词语和有关信息，希望能辅助学生按特定业务要求，用规范、纯正的英文撰写商务信函，而第八和第九单元中，相关信息改用中文标示，以提高写作的难度或要求。

第十和第十一单元的题型则属于写作探讨和能力发挥性质的练习，读者可根据各自的需求选用。

9. Test Yourself (单元测验)

本板块是这次修订中新增加的，统一由八类题型组成：术语英译汉、术语汉译英、填写介词、单句改错、填写动词形态、单项选择题、句子汉译英、撰写信函。增订单元测验的目的是希望能够帮助读者及教师全面、有效、及时地检测对本单元各板块提供的种种必要的英语文字用法的学习效果。

10. Variety Forum (专题论坛)

本板块也是教材新增订的内容，由一篇 500 词左右的文章构成，内容分为八个主题，分别涉及跨文化差异研究、语用学原理、商务写作原则、修辞手法等领域，是编者在十余年使用本教材的教学经验积累的基础上撰写的。虽然题目各异，阐述的角度不同，行文体裁也五花八门，但是每篇文章都与商务写作，尤其是进出口函电写作紧密相关，大多数文章都以教材中的文句为研究和分析的样本。读者可以根据自己的文化层次、专业背景、外语水平、学习目的有选择地浏览或研读这些文章。

增订这一板块的目的是以培养专业人才、鼓励创新思维为出发点，使我们的读者能够全方位、大视野地看待进出口英语函电的学习。因此，板块中所有文章的内容都可以进一步深化和扩展，并可作为某些专业学生撰写毕业论文选题的参考。

11. Tips for You (名言警句)

本板块的名句全部选自英语原版权威书籍。板块中的名言警句有的属于商业诀窍，有的属于商德准则，而有的则属于励志名句。希望有志成为具有高素质的国际商务人才的读者能够从中汲取养分。

为方便学习者使用，我们提供“语言训练”和“单元测验”板块的参考答案，读者可以从外语教学与研究出版社的官方网站上下载，<http://www.heep.cn>和 <http://enmajor.heep.cn>。

邬孝煜

2012年4月

目 录

Unit 1	Presentation and Layout of Business Letters	
	商务信函格式	(1)
Unit 2	Inquiries	
	询购	(17)
Unit 3	Replies and Quotations	
	复函与报价	(43)
Unit 4	Orders and Acknowledgment	
	订购与确认	(71)
Unit 5	Insurance	
	保险	(103)
Unit 6	Packing	
	包装	(131)
Unit 7	Transportation	
	运输	(156)
Unit 8	Payment by L/C	
	信用证付款	(183)
Unit 9	Other Modes of Payment	
	其他付款方式	(214)
Unit 10	Complaints and Adjustment	
	投诉与处理	(243)
Unit 11	Agencies	
	代理业务	(270)

Presentation and Layout of Business Letters

商务信函格式

A very large part of the business of the world is conducted by means of correspondence. Therefore it is extremely important to be able to write good business letters — letters that represent one's self and one's firm to best advantage.

Presentation

Here are the essential qualities that go to make up an attractive, well-groomed business letter:

1. Good Quality Stationery

It is advisable to use the best quality of paper you can for business correspondence. Single sheets of plain white bond paper are the best, unruled, with the letterhead printed or engraved in black, grey or blue. The size most generally used is approximately 21×30 cm, the size of A4 duplicating paper.

Envelopes should match the letter sheet in quality and weight; and any printing or engraving that appears on the envelope should conform with that on the letterhead. Standard-size envelopes are approximately 22×11 cm.

2. Neat Typing

Whether you type the letters yourself or have them typed for you, be sure they are faultlessly neat and clean — without smudges, finger marks or erasures — otherwise they will not represent you to best advantage. Never be guilty of sending out over your signature a letter that is soiled, creased, or torn, or that is in any way marred or unsightly.

Besides, make sure the ribbon on your typewriter or printer is fresh so that the recipient can get a sharp copy of your letter. Avoid worn typewriter ribbons, as they produce an uneven effect that is certainly not appealing to the eye. And always keep the type of your machines shining bright and clean; for blurred type is not only difficult to read, but is very likely to smudge and spoil the appearance of your letter.