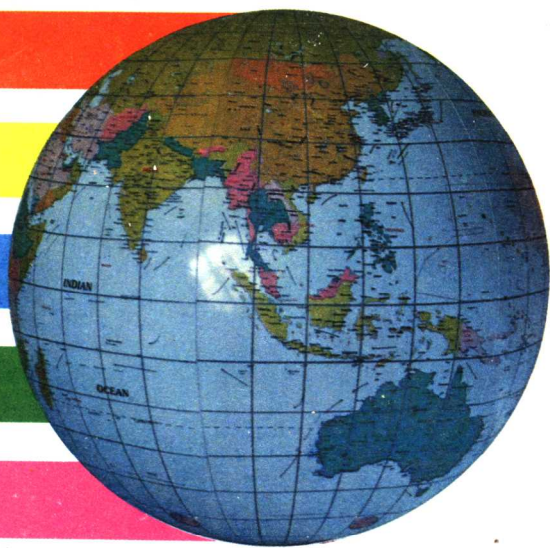


国际商务丛书之一

国际 商务函电

● 蔡兴扬



吉林大学出版社

《国际商务丛书》之二

国际商务函电

蔡兴扬

吉林大学出版社

《国际商务丛书》之二

国际商务函电

蔡兴扬

责任编辑：阮碧纯

封面设计：张沐沉

吉林大学出版社出版
(长春市东中华路 29 号)

吉林大学出版社发行
长春大学印刷厂印刷

开本：787×1092 毫米 1/32

1995 年 2 月第 1 版

印张：8.25

1995 年 2 月第 1 次印刷

字数：183 千字

印数：1—7000 册

ISBN 7-5601-1671-X/F·361

定价：6.60 元

《国际商务丛书》序言

自 1978 年党的十一届三中全会以来，在“一个中心两个基本点”的基本路线指引下，在邓小平同志建设有中国特色的社会主义理论指导下，我国对内改革、对外开放不断深入和扩展，打破了僵化的中央计划体制和闭关自守的局面。对外开放促进了对内经济体制改革，社会主义市场经济体制建立起来，并在日臻完善；而经济体制改革又推动着对外开放的程度日益提高，开放的范围和领域越来越广。1980 年 8 月中央决定在深圳、珠海、厦门、汕头四个地方开办经济特区。1985 年 5 月中央又决定我国上海、天津、大连、秦皇岛、烟台、青岛、连云港、南通、宁波、温州、福州、广州、湛江、北海等 14 个城市为沿海开放城市。1985 年 2 月和 1988 年 3 月又相继决定将珠江三角洲、长江三角洲、闽南三角区、辽东半岛、山东半岛、秦皇岛等环渤海地区开辟为沿海经济开发区。1988 年初又批准海南省为经济特区，1990 年决定开放开发上海浦东新区。1992 年中央又批准在东北边境开放满洲里、绥芬河、黑河和珲春 4 个城市，在西北和西南边疆省区开放 15 个城市。至此，我国形成了由南至北全面展开。从沿海到内地到边疆全方位开放的格局。在对外开放中我国大力开展了国际贸易和国际金融活动，进行了金融体制和外贸体制的改革。至今，我国已与世界 29 个国家签订了投资保护协定，与 32 个国家签订了避免双重征税协定，与 180 个国家和

地区建立了经贸关系，对外经贸联系的渠道愈来愈多，领域愈来愈宽。到1992年，我国外贸进出口总额达1656亿美元。我国已经是国际货币基金组织和世界银行的成员国，现正在恢复关贸总协定（世界贸易组织）缔约国的地位，从而成为三大国际经济组织的成员国。

以上情况说明，中国经济的发展已经同世界经济日益密切的结合起来，中国经济已经成为世界经济的有机组成部分；中国经济的运行已经与国际市场联结起来，国际经济的运行机制和规则将在中国经济运行中发挥愈来愈大的作用。因此，大力培养和造就熟悉国际市场、懂得国际经贸规则、精通国际商务业务的人才，已经成为重要而迫切的任务。

基于上述情况和认识，我们编写了这套《国际商务丛书》，以期在培养和提高国际经贸人才上发挥一点作用。全书共分5册，即《国际贸易金融》、《国际商务函电》、《国际商务合同》、《国际商贸法规》和《国际经贸地理》。参加编写工作的孙刚、蔡兴扬、李达、邱询民和徐文吉等5位同志，都是吉林大学经济管理学院从事外国经济教学和研究工作的青年教师，其中前4位是由我指导的攻读博士学位的在职研究生。他们不仅具有较好的经济学理论功底，多数还有在国外留学的经历，并直接参加一些公司企业的对外经贸的实际工作。他们写作这部丛书，也是对所学知识的一次重温和深化。如有不妥和失误之处，敬请读者批评指正。

在本丛书出版之际，我谨代表作者向在组稿和编辑工作中付出辛勤劳作的吉林大学出版社阮碧纯同志，致以衷心的感谢。

池元吉

1994年7月于长春

前 言

《国际商务函电》是进行对外经济贸易联系的重要手段。作为对经济贸易的业务工作者，都要求能够熟练正确地书写进出口业务英文书信、电报、电传、业务合同等文件。因此，本书在结构上注重于紧扣对外经济贸易进出口业务工作程序来安排章节，在选材时注意了实用性和代表性。为了满足那些正在从事对外经济贸易业务但英文水平还不够高的人的工作需要，本书选编的每封英文书信都附以中文译文以供参考，这也是本书的一个特点。

编写过程中，得到了吉林大学国际经济系教授、博士生导师池元吉先生、孙刚副教授、长春商品交易所结算部李达、吉林省政府经济技术协作办公室邱询民等同志的协助，并对本书的内容提出了建议和补充。吉林大学出版社阮碧纯副编审为本书的出版做出了重要的努力，在此一并表示感谢。

为编写本书，作者曾参阅引用了一些中外报刊和书籍中的有关资料。由于时间仓促和水平有限，书中纰缪在所难免，恳请广大读者批评指正。

蔡兴扬

1994年6月

CONTENTS 目 录

《国际商务丛书》序言	(1)
前言	(3)
CHAPTER ONE BUSINESS LETTER WRITING	
第一章 商务信函的书写	(1)
一、商务信函的作用	(1)
二、商务信函的写作要点	(2)
三、商务信函的结构	(4)
四、商务信函的格式	(9)
CHAPTER TWO ESTABLISHMENT OF BUSINESS RELATIONS	
第二章 建立业务关系	(13)
一、寻求建立贸易关系	(14)
二、业务介绍	(22)
三、邀请客户来访及通知出访	(32)
四、转业务关系	(37)
CHAPTER THREE STATUS ENQUIRY	
第三章 资信调查	(40)
一、要求银行提供情况	(41)
二、要求同业行会及商行提供信用情况	(46)
三、要求客户提供情况	(50)

CHAPTER FOUR ENQUIRIES AND REPLIES

第四章 询盘与答复 (55)

一、“首次”函询及复信 (56)

二、一般函询 (60)

三、具体函询 (63)

CHAPTER FIVE OFFERS AND COUNTER-OFFERS

第五章 报盘及还盘 (73)

一、主动报盘 (74)

二、报实盘 (76)

三、报虚盘 (80)

四、还盘 (82)

五、反还盘 (86)

六、接受 (89)

CHAPTER SIX ORDER

第六章 订货 (92)

一、初次订货 (93)

二、寄送订单 (95)

三、确认接受订单 (100)

四、拒绝订货 (103)

五、卖方提供代用品 (107)

CHAPTER SEVEN INSURANCE

第七章 保险 (100)

一、询问保险情况 (111)

二、要求投保 (114)

三、同意承保 (116)

四、保险索赔 (118)

五、保险业务介绍 (120)

CHAPTER EIGHT L/C & PAYMENT

第八章 信用证与付款	(125)
一、催开信用证.....	(127)
二、修改信用证.....	(132)
三、信用证展限.....	(138)
四、付款.....	(141)

CHAPTER NINE SHIPMENT

第九章 装运	(146)
一、装运通知.....	(147)
二、催促装运.....	(151)
三、修改装运条款.....	(155)

CHAPTER TEN COUNTERSIGN & FULFILMENT OF CONTRACT

第十章 签约与履约	(160)
一、寄送合同.....	(161)
二、修改合同.....	(165)
三、撤销合同.....	(169)
四、履约后的事项.....	(173)

CHAPTER ELEVEN DISPUTES AND CLAIMS

第十一章 贸易纠纷与索赔	(176)
一、质量纠纷.....	(178)
二、数量纠纷.....	(182)
三、错运纠纷.....	(183)
四、索赔与理赔.....	(186)
五、索赔争议.....	(192)
六、仲裁.....	(196)

CHAPTER TWELVE AGENCY

第十二章 代理	(199)
一、申请代理权.....	(200)
二、建立代理关系.....	(204)
三、代理协议.....	(207)
四、拒绝与终止代理.....	(211)

CHAPTER THIRTEEN TENDER AND BARTER

第十三章 投标和易货	(215)
一、招标.....	(217)
二、投标.....	(220)
三、易货.....	(223)

CHAPTER FOURTEEN TELEGRAM AND TELEX

第十四章 电报及电传	(227)
一、电报.....	(227)
二、电传.....	(232)
三、国际电报电传主要缩写词汇.....	(235)
四、国际电传中国名与城市名缩写.....	(247)

CHAPTER ONE BUSINESS LETTER WRITING

第一章 商务信函的书写

一、商务信函的作用

当今世界已进入信息时代，在现代国际商务交往中，无论是商品贸易还是服务贸易，都要以信息交换作为贸易的先导和载体，迅速准确的信息交换已成为国际经济竞争及国际贸易往来中至关重要的因素。信息交换的方式有多种，一般包括电话、电报、电传、传真及信函。尽管电话、电报和电传通信以其迅速便捷的特点日益被广泛应用，但商务信函仍然是重要的通讯方式，在国际商务交往中起着不可替代的重要作用。

一般来说，一笔重要的业务，在交换电报电传确认成交之后，往往还要用信件复述电文内容，签名盖章，作为正式手续。这是因为电报和电传等字数有限，只适用于紧要场合，而书信可以写得较为详细，而且每封书信都有发信人的签署，构成法律意义上比较正式的文件或合同。

商业信函起着代言的作用，也就是发言人的代表。任何

一封简单的书信,从中都可以看出发信人业务水平的高低,考虑问题的深度,处理问题的方法,对待收信人的态度,等等。更为重要的是,作为一个社会主义国家的公司或企业,对外信函是进行国际事务活动的文件,是我国对外政策和外贸政策的具体体现,直接关系到我国的声誉,这就要求以高度的政治责任感来对待发出的每一封书信。

商务信函不仅代表着发信人的信誉,也关系着贸易的成败。在对外贸易业务中,策略问题,方法问题处于十分重要的地位。然而,一个好的策略或方法必须依靠书信的正确和有效的表述方能达到预期的目的。否则,词不达意,甚至谬误百出,那就不仅无益,反而有害了。一封好的商务信函,能够沟通买卖双方的愿望,从而奠定了贸易成功的基础。

国际上的商务信函,大部分以英语书写,这是历史条件形成的。英语已成为国际交往中不可缺少的交际工具。在对外贸易方面,英语的作用显得更加突出。有人甚至称英语为谈判语言,商业语言。因此,英语进出口业务书信,是外贸工作人员必须掌握的工具,写好进出口业务英文信函,也成为外贸工作人员的基本功之一。

二、商务信函的写作要点

写好商务信函,应掌握六个“C”字,即 1. 清楚 (Clearness); 2. 简洁 (Conciseness); 3. 礼貌 (Courtesy); 4. 正确 (Correctness); 5. 具体 (Concreteness); 6. 完整 (Completeness)。

1. 清楚 (Clearness): 所谓清楚,就是信要写得明白,使收信人一看就知道写信人所要表达的意见,丝毫不会产生误

解。信中没有含糊或模棱两可的地方。因此，要用普通、简单的英语语句，语气也应直接了当。

2. 简洁 (Conciseness): 要用尽可能少的文字表达意见。能用一个字表达清楚就不用一个短语，能用短语的就不用句子，能用简单句就不用复杂句。一封信函简洁的程度应以不影响完整 (Completeness) 和礼貌 (Courtesy) 为前提。

3. 礼貌 (Courtesy): 礼貌并不只是客气。我们的外贸信函要体现我国社会主义风尚，要平等待人。不能以命令的语气对待客户，要经常想到对方，亦即 “you attitude”。同时又要及时答复对方的来信。及时答复也是礼貌之一。

4. 正确 (Correctness): 商业书信必须写得正确，因为它牵涉到买卖双方的权利、义务、利害等关系，是各种商业单据（如合同等）的依据。“正确”不仅仅指运用语法、标点符号、拼写正确无误，达意准确，从广义上说，还包括①运用正确的语言水平；②叙述得正确；③数字要准确；④正确理解和运用商业术语；⑤合适的写作技巧或方法，以及正确运用其它五个 “C” 等。

5. 具体 (Concreteness): 就是说信要写得生动 (vivid) 具体 (specific) 和明确 (definite)。特别是要求对方作出明确反应的信，或是答复对方提出要求或问题的信，或是报盘、接受等等，该具体的就要具体，避免模糊 (vague) 一般 (general) 和抽象 (abstract)。

6. 完整 (Completeness): 就是说叙述信的内容时应力求完整，即应包括写信人希望收信人作出积极反应的一切情况和问题，或者回答来信所提出的全部问题或要求。因为互相通信的双方远隔重洋，如果说明有欠完整，致使对方不得不另函查询时，不仅给对方留下不良印象，而且可能影响交易

的进行。重要的信更需注意“完整”。例如接受对方的报盘 (offer) 时, 最好把条件全部述明或者具体说明所接受的报盘的根据是什么 (如报价单、信件等), 因为这种信实际上已是成交的合同, 此信发出后, 对方一收到, 即对双方都具有约束力, 如果不“完整”, 有可能引起不必要的纠纷。

三、商务信函的结构

商务英文信函, 有一定的结构, 下面是一封英语函件的常见格式:

<u>信头 (Letter Head)</u>	
引证号码 (Ref. No.)	
日期 (Date)	
<u>封内地址 (Inside Address)</u>	
<u>称呼 (Salutation)</u>	
<u>标题 (Caption, or Subject)</u>	
正文 (Body of the letter)	
结尾客套语 (Complimentary Close)	
签名 (Signature)	
附件 (Enclosure)	
附言 P. S. (Postscript)	

1. 信头 (The Letterhead 或 Heading)

商业函件的信头通常印在信笺上端的中间, 包括发信人的公司行号名称及地址。此外还可包括电话号码、电报挂号、专用电码 (Code)、电传和传真号码以及经常的业务范围。有的信头还包含公司负责人的姓名及职务职称。信头下面还可印有引证号码 (Reference No.), 其目的, 一是便于发信的编号归档; 二是希望对方复信时指明原信编号, 以便查阅文件。

2. 日期 (The Date)

日期应在距信头三至六行处。缩行式的信, 日期一般打在信头下的右上角; 顶行式的信则打在左上角。日期可按“日、月、年”的次序排, 也可按“月、日、年”的次序排; 数字可用基数字或序数字, 如:

3rd October, 1993, 或 3 October, 1993

或

October 3rd, 1993 或 October 3, 1993

注意月份不要缩写, 需全部写出。并且避免用数字表示, 如 3/10/1993, 这样容易造成误解。因为英国人习惯按日、月、年次序打日期, 因此 3/10/1993 会被认为是 10 月 3 日, 而美国人习惯是按月、日、年次序, 这一日期会被认为是 3 月 10 日。

3. 封内地址 (Inside Address)

封内地址是收信人公司名称和地址, 也就是信封上的名称和地址, 这样写上可以保持函件的完整, 并便于归档立卷。

封内地址应按来信信头中的公司名称和地址全文书写。

外商公司名称，公司一词，有的用 Corporation，有的用 Company (Co.)，股份有限公司，英国常附加 Ltd. (Limited)，美国常附加 Inc. (Incorporated) 公司名称有的用人名，中间还可能有 &，如 Rohm & Haas, Kent & Jones；对不用人名的公司，写信时前面不要加 Messrs. (Messieurs 的缩写，作为对公司的尊称)，对用人名的公司，可以加，也可不加。

英文信函的地址一般包含下列四部分：(a) 门牌号码和街(路)名；(b) 城市；(c) 县、州(省)名及邮政编码 (Post Code 或 Zip Code)；(d) 国名。应注意缮写邮政编码，以确保信函能迅速送达收信人。同时不要遗漏国名，即使信函是寄到一个大城市，因为同一名称的城市可能有好几个。

4. 称呼 (The Salutation)

最常用的称呼有 Dear Sirs 和 Gentlemen 两种，一般用复数。英国人常用 Dear Sirs，标点符号用逗号，不用冒号。必须注意不能单独使用 Sirs。美国人和加拿大人则常用 Gentlemen，标点符号用冒号，此字不能用单数形式，用单数时则用 Dear Sir。

5. 标题 (The Caption, 或 subject)

标题往往写在信笺中间，有下列几种写法：

Sales Contract No. _____

Subject: Sales Contract No. _____

Re: Sales Contract No. _____

标题下面可以划线，也可不划。

6. 正文 (The Body of the Letter)

信的正文表示写信的目的，是信函的最主要部分，故必须认真研究如何着笔。一般业务信函的第一段应提及上次的通信，并以简洁的词句简述一下那封信的内容。最后一段则提出对阅信人的要求，如请迅速答复或报价等。至于如何下笔组织，还是应遵循前面所讲的六个“C”字。

7. 结尾客套语 (The Complimentary Close)

英语函件结尾客套话有很多种写示，最常见的有：

Yours faithfully Yours truly

Faithfully yours Truly yours

可根据具体情况选用。

8. 签名 (The Signature)

签名应该用发信人公司负责人的全名，并应手签，不宜用图章代替。由于签名多半是个人手写体，有的很难辨认，故在签名之下多用打字机缮打签字人的姓名及职务，中文签名也应附有汉语拼音字母注音。有时在公司名称之前加 For 一字，说明是代表公司签名，不是以个人身份签署。

9. 附件 (The Enclosure)

信中如有附件，应在左下角写上 Encl 或 Enc，或 Enclosure，然后写明附件名称。附件如不止一件，应该写明。如有两件，可以写 Enc. 2。

如本信另有抄件寄第三者，而需在信中注明时，则应在 Enclosure 之下，打上 C. C. (carbon copy to 的缩写) 字样，