

孟金蓉 俞蓓 编著

秘书英语写作



XIEZUO

首都经济贸易大学出版社

H315
M590

秘书英语写作

孟金蓉 编著
俞蓓

首都经济贸易大学出版社
· 北 京 ·

图书在版编目(CIP)数据

秘书英语写作/孟金蓉,俞蓓编著. —北京:首都经济贸易大学出版社,2006.3
ISBN 7-5638-1228-8

I. 秘… II. ①孟… ②俞… III. 秘书—英语—写作 IV. H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 006880 号

秘书英语写作

孟金蓉 俞蓓 编著

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙(邮编 100026)

电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

网 址 <http://www.sjmcb.com>

E-mail publish @ cueb. edu. cn

经 销 全国新华书店

照 排 首都经济贸易大学出版社激光照排服务部

印 刷 北京泰锐印刷有限责任公司

开 本 787 毫米×960 毫米 1/16

字 数 404 千字

印 张 23

版 次 2006 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

印 数 1~5 000

书 号 ISBN 7-5638-1228-8/H·62

定 价 30.00 元

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究

前言

随着国际交往的日益频繁和密切,英语应用文的写作变得日趋重要,从事英语应用写作的人才也越来越受到青睐。在大学校园里,英语应用写作由原来局限在英语专业到现在逐渐成为一门各个专业的学生都渴望学习的课程。我们在具体的写作教学和英语教学实践中强烈地感受到:如何在掌握英语基本功的基础上,进一步熟练地运用英语从事国际间的交往一直是人们学习英语的努力方向。

但是现实情况中,在众多的同类书籍中选一本特别适合学生需要的教材却不太容易。我们看到更多的书籍要么是用纯中文来阐释涉外类写作,以适应非英文专业的读者使用;要么是纯英文书籍供英语专业的读者使用;或者是干脆像字典一样变成一种随用随翻的工具书。这与我国现阶段人们的英语水平不断提高、从事涉外应用写作人员专业结构的日趋多样和国际交往的日益深入不相适应,作为在第一线从事教学的我们深感一本合适教材的重要性。恰逢此时,首都经济贸易大学出版社与我们不谋而合,于是我们欣然应邀编写此书。该出版社曾经多次出版过这类书籍,而且其质量也颇受读者的称道。对此,编著者们深感惶恐:我们多是一些大学里的青年教师,虽然我们几乎都有在国外工作和学习的经历,而且也不缺乏要写一本优秀的、适合教学使用的教科书的热情和渴望,但是直至我们把稿件统一起来才感到有很多地方我们仍然力不从心。这一方面是由于这类教材内容本身就有一些概念方面的分歧,同时具体实践中也不断有新问题出现,更多的是我们感到作为一门新课程,不断的探索和完善是其必经之阶段,好在我们今后的教学实践中还有很多机会弥补这些缺憾。同时,仅仅在课堂上的纸上谈兵有时很难在实际工作中得到很好的运用。所以我们也殷切地希望广大读者给我们提出宝贵意见。

秘书英语写作本应包括更多的内容,比如,随着我国全方位的对外开放,英语秘书的工作范围几乎覆盖了包括民间和官方在内的经济、政治、文化、体育等社会生活的方方面面,每一方面所涉及的应用文写作多有区别,本书限于篇幅不能一一涵盖。因此,本书主要立足于实际使用的需要,以商务类的秘书英文写作为主体,同时兼顾其他方面英文写作的一般知识。这一方面是由于商务类的写作在目前乃至今后相当长的时间内将占据英文应用写作的主体位置,而且商务类写文体范

式在长期的贸易往来中形成了一定的规律,比起其他类别的应用写作更少自由发挥的余地,因此也更需要学习者学习和掌握。它也是英文应用写作中的重点和难点。

全书分为上、下两编。上编主要从日常商务文书的几种文类入手,同时加入一般的英语应用文书的介绍。这些具体的文类大多既可应用于商务类活动,也可作为一般交际文书写作时的参考,除了用语内容方面的不同以外,在行文的格式和要求方面相差无几。下编所涉及的内容相对来说较为专业,在具体的行文格式和内容方面有更严格的要求。由于对外贸易实践中中外各国在经济体制上存在的差异,使得“国际项目合作类文书”的编写成为本书的一个难点,当然我们也希望它成为本书的一个特点,能够给使用者带来一些方便。需要说明的是,有些比较简单的英文例文,我们没有将之翻译成汉语,对那些程式化较强且稍难一些的例文我们作了参考译文。

本书的编写是这样分工的:前言、概论和本书提纲部分由孟金蓉执笔;上编第一、二、三章由俞蓓执笔,第四章由王润川执笔,由俞蓓负责统稿改定;下编第一、二章由孟金蓉执笔,第三、四章由杨成明执笔,由孟金蓉负责统稿改定。

特别应该提及的是本书编著者和出版者得以合作要特别感谢上海大学高等技术学院副院长郭建庆先生的帮助,先生在亲自审读本书的书稿基础上提出许多宝贵意见,我们对先生的帮助谨致以衷心的感谢。

本书在编写过程中参阅了许多著作(见本书参考书目),对这些书的编著者我们在此一并致谢,同时也殷切地希望从事秘书英文写作教学的同行们和广大读者提出宝贵意见。

编者

2005年6月10日

目录

概论	(1)
----------	-------

上篇 国际日常商务文书

第一章 国际商务信函	(8)
第一节 邀请信 应邀信 谢绝信	(9)
第二节 电报(Telegram) 电传(Telex) 传真(Fax)	(21)
第三节 电子邮件(Electronic mail, E-mail)	(32)
第四节 商贸洽谈纪要(Summary of Negotiation)	(39)
第二章 国际磋商文书	(45)
第一节 会谈纪要	(46)
第二节 意向书	(50)
第三节 备忘录	(55)
第三章 国际商用告启类文书	(61)
第一节 概述	(62)
第二节 启事 海报 通知	(64)
第三节 广告宣传	(74)
第四节 证明书 公证书	(92)
第四章 单据(Bills) 和表格(Forms)	(101)
第一节 条据(I. O. U and Receipt)	(102)
第二节 商业单证	(107)
第三节 表格	(132)

下篇 国际商业贸易文书

第五章 国际贸易文书	(140)
第一节 国际贸易文书概述	(141)
第二节 建立贸易关系	(147)
第三节 推销 询盘 报盘	(148)
第四节 订购和装运	(162)
第五节 信用调查与支付	(176)
第六章 国际项目合作文书	(191)
第一节 涉外项目意向书和项目建议书	(192)
第二节 项目可行性研究报告	(200)
第七章 国际贸易协约文书	(211)
第一节 概述	(212)
第二节 许可证贸易协议	(216)
第三节 经销代理协议	(239)
第四节 中外合资合作经营合同	(246)
第五节 国际劳务合同	(269)
第六节 补偿贸易合同	(281)
第七节 国际招标与投标书	(289)
第八章 国际贸易纠纷文书	(299)
第一节 索赔与理赔文书	(300)
第二节 调解仲裁文书	(306)
附录一 商业书信参考用语和一般商业用语、略语	(318)
附录二 常用电报术语及略语	(347)
附录三 常用电传缩略词	(352)
参考文献	(361)

概 论

本书首先遇到的问题是,在中外的秘书概念中,对写作者主体——秘书存在一些差异,随着中国对外开放的日益深入,这些差异也在逐渐改变着我们对秘书概念的认识。这也显示出中国在与国际接轨的过程中,英文写作作为文化的一个侧面,从语言的内涵逐渐渗透到文化管理层面,因此,要真正做好应用英语写作,不仅要具体的行文格式和要求上与国际保持一致,而且要从观念上认识秘书工作的重要性,在具体的工作中才能积极主动。

由于秘书队伍庞大,领导者与秘书的关系复杂,各个国家又各有各的国情,因此不仅古今秘书概念不同,中外的秘书概念也存在差异。国际职业秘书组织(Professional Secretaries International)是以欧美等发达国家为主的国际性秘书组织,它给秘书所下的定义是:“具有熟练的办公室工作能力,不需上级敦促即能主动负责、积极进取、干练果断,能在授权范围作出正确决定的经理助手。”这与中国的秘书概念比较起来,更强调秘书的主动性和决定问题的判断能力。比如,我国人士与国外某单位商洽申请某件业务事项,通常该单位秘书马上就可以根据有关规定答复。而在国内则比较强调秘书工作的从属性、被动性,不强调秘书“决定”问题的职责。其次,国际秘书组织的这个定义比较强调秘书近似行政助理的作用。这两方面的差异使得应用英文写作,无论是受文还是撰文都必须与国际保持高度的统一,这是与一般的应用写作不同的地方,尤其在国际商务应用文的写作中更是如此。

虽然国际专业商务文书与国际日常商务文书都是人们从事外贸商务活动中频繁使用的文类,对写作者的专业知识及外语水平都有较高的要求,但这两类文体在写作原则和文体意识上又有明显的区别。写作者在具体操作各类专项文体之前,应该对这些文体总的写作原则和要求有明确的认识和把握,这样不仅有助于在具体的写作实践中自如、圆满地完成工作任务,更为重要的是这样可以通过总结和归纳,从理论的高度来认识写作的规律,并形成一种文章的图样意识,在具体的写作实践中才能突破按别人之图索自己之骥的低层次,进而达到一种随心所欲而不逾规的境界。因为一般人们仅仅把商务类的文体写作看作是一种工作,而且是一种枯燥无味的作业式的工作,不能从更高的层次理解商务文类写作,这对该类文体在面临新形势、新情况时的发展和提高都显得很被动。因此,要主动、积极、出色地完成写作任务,必须对该类文体的写作原则和文体意识有充分的认识。

1. 国际专业商务文书撰写的原则

国际专业商务文书的撰写与现代经济管理是同步的。现代经济管理的一系列特征必然要求专业商务文书的写作同时遵循下列写作原则。

(1) 目标性原则。所谓的目标性原则,是指任何商务文书都不是一般的有感而发,而是为事而作的,是对现代经济管理活动中的实际问题,适时地作出分析、判断和决策,以解决实际问题,使管理活动能沿着正确的轨道正常运行,实现最大的经济效益。因此,对从事该工作的写作者的专业要求比较高。外经贸活动自身的特殊性,也要求撰文者必须是真正的专业人员,具备较高的专业素养。

经济管理活动是一种有目的的活动,其过程就是实现管理目标,达到管理的目的。企业管理活动的目标是多重的、多方面的,从目标的具体内容及其相互关系分析,可分为总目标、中间目标和具体目标三类。总目标是一切活动的立足点和出发点,决定着长期的发展方向、规模和速度;中间目标是实现总体目标的措施和手段,是为实现总目标服务的;具体目标是实现中间目标的手段,是为实现中间目标服务的。商务文书的写作必须以实现上述各类目标为前提。

(2) 层次性原则。所谓层次性原则,是指在商务文书的撰写过程中,必须首先明确行文对象,确立行文关系,明确商务文书所诉诸的对象,也即本单位部门所处的位置与受文者之间是一种什么样的关系。这直接关系到撰写者使用文种的正确与否,同时也规定了行文过程中的语气特征。注意写作中的层次性原则,有利于处理好与其他相关层次的协调工作,为现代管理的高效率打下基础。

商务文书的层次性原则是由现代经济管理组织本身的层次结构所决定的。组织层次的结构由垂直方向的等级结构和水平方向的部门化结构所组成。前者显示出垂直方向的权利与责任关系;后者体现出水平方向的分工与专业化的分组现象。以商务文书等形式存在的商务信息,正是通过组织的这种层次结构得以在整个管理系统内有效而迅速地协调与沟通的。

(3) 系统性原则。所谓系统性原则,是指所有的商务文书,在同一个经营管理过程中,都在内容上存在一定的相关性,或者说都有可参照性。今天的市场调查报告也许便是明天管理决策中可行性研究报告的依据,或者作为主要内容写进某一产品的销售合同中。就商务信息而言,这种系统性表现在其发生和变化是一个横向联系与纵向联系相互作用的动态变化体系。因此,作为商务信息的应用,在各类商务文种的写作中,必须充分了解并掌握该经济管理活动中已有的各种信息资料,对其进行全方位分析、多角度思维,以保证管理各环节的相互衔接,避免同一单位在同一管理过程中撰拟发送的商务文书在内容上出现矛盾和无序。

(4) 灵活性原则。所谓灵活性原则,是指在具体的撰写过程中,要认真把握好

写作商务文书的时间性,以及在某种情况下商务文书在语言使用上富于弹性,在处理商务文书时的适当变通性等等。商务文书一定要写得及时、发得及时、办得及时,以缩短周期。在语言使用上,无论是选择目标还是提出措施,都应该巧妙地将明确性与模糊性统一起来。另外,在创造性地开展工作的原则下,当一个部门在无“法”可依,无“章”可循的情形下,可以不经请示“先斩后奏”,这些都是所谓的“适当变通性”。

商务文书写作中的这种灵活性原则,既与管理活动本身具有的时效性有关,同时又是经济管理系统结构本身具有的自我调节能力在写作中的体现。当前,经济活动中的弹性管理在西方一些国家正在成为一种时尚,这势必会对商务文书的写作提出新的课题。

2. 国际专业商业文书的特征

在具体的写作实践中,各类文体都形成了各自约定俗成的格式,因此国际专业商业文书的文体意识也是写作者必须领悟和掌握的重要方面。其主要表现在以下几个方面:

(1)章法特征。国际商业应用文书以借助一些程式化的行文用语,遵循适应现代商贸活动需要所形成的程式化结构而布局成篇为其最显著的特征。在一切领域的事务活动中,程式之所以显得必要,是因为借助这些相沿成习、为该领域的大多数成员共同接受和遵行的程式,可以使人们之间的交际沟通更易于进行,在较大程度上训练人们的办事能力,提高办事效率。作为国际商务活动主要交际工具之一的商务应用文书需要倚重较为固定的程式也就显得顺理成章了。比如,不同文种在各自特定的部位往往有着较为一致的行文用语。在文章的启、承、转、合之处,一般不需要撰拟者另行发挥个人的文字才能,只需依照既定的套路在常用的语汇和句式加以选择,因事布词便可。这一点在专业的国际商务文书中显得尤其突出。

在文章的整体布局、文义组织上,商务应用文书更是有法可依、有法必依。一种文书必须遵循什么样的基本格式,它的正文结构一般分为几大块,每一块又各自必须按照什么样的先后次序撰写,等等,都有约定俗成的范例。依循这些程式,可以使撰拟者更快地掌握每一种文书的写作要点和关键内容;反之,忽略甚至置这些程式于不顾,不仅无助于提高读写能力,反而会严重损害这些文书的有效性,无法达到实用的目的。

(2)句法特征。这首先表现在句型的选择上,国际商业应用文讲求语句的直陈性,多用陈述句,较少用祈使句、疑问句,基本不用感叹句。陈述句是用来叙述或说明一件事情的句子,而商业应用文的实际用途就在于将某件事情叙述或说明清

楚,基本不需要就这件事情发表感叹或流露强烈的感情色彩。祈使句一般来说只用于对交往双方都具有同等约束力的合同、协议书等文类中,如“希照执行”、“买方在开给卖方的信用证上请填写本合同号码”等。在业务函中,由于交易双方都依赖对方的积极配合才能使某件事情顺利进行,所以作为一种习惯方式,也常在函件尾部使用祈使句表达祈请,如“请即提供有竞争力的最好价格,俾再研究”,但是这种祈使句的使令色彩并不浓厚。在国际商务应用文中偶尔出现的疑问句与此类似,不带有强烈的疑问色彩,而只是用来向行文对象表达礼节性的征询或祈请,如“以上处理意见,不知贵公司认为是否可行?”

其次,在句式安排上,国际商务文书需经常使用完全句,即主语和谓语都完备的句子;但有时为了行文上的简洁,也用一些省略句(不完全句),这里省略的成分一方面是发文者和受文者都不会产生歧义的地方,如“现特函贵公司,恳请注意这一问题”;另一方面这类句子具有较强的使令性和规定性,语气又显得比较缓和,没有强制的色彩。

(3) 词语特征。首先,在国际商务应用文中会大量使用书面语和国际通用的专门术语。这一显著特征是该类文体在用词上较之于其他实用文的规范性程度更高。书面语比俗语和口语的含义更为准确规范,不掺杂个人的感情色彩,也不会像俗语和口语那样因对语言环境的依赖程度过高而容易产生歧义。使用国际专用的术语而不是地方性、区域性或集团性用语,是因为只有这样才能使己方的意图和愿望准确地为不同地域、不同民族、不同文化环境的广大人群所了解,才能有效地开展国际合作。

在使用国际通用的专门术语方面,国际商务应用文还有一个值得注意的特点:大量运用简缩用语或符号化了的语言。如“单证”,意为“单据与证明文书”的简缩;“进出口贸易”为“进口贸易和出口贸易”的简缩。而业务术语的符号化,更是极其普遍。根据《1990 年国际贸易术语通则》(INCOTERMS1990)的价格术语部分:FOB 指船上交货,CFR 为“成本加运费”,CIF 是“成本、保险费加运费”,等等。

其次,在词类的选择上,国际商务应用文以大量运用专有名词和数量词为其突出的特征。在该领域中,与特定国家或地区的特定客户,依据特定法规或惯例,围绕特定事件采用特定形式开展活动,是极其频繁和常规化的;同时这些活动又几乎都是因为数量上的多少、大小、增减、盈亏为双方讨论的焦点,准确性是这类文书的第一要求,而行文的准确性又主要体现在对专有名词和数量词的准确使用上。至于描绘性形容词、叹词和象声词,由于它们的主要功能在于使文章显得生动形象,帮助达到一种文艺性的审美效果而不是功利性的使用目的,也就自然不会进入选择的范围。

(4)修辞特征。从总体上看,国际商务文书在修辞方式上属于消极修辞的范畴。它们所使用的一些修辞手段,完全来自于该类文体本身的要求,而不是一种刻意为之的强化语言表达效果的手段和技巧。各种积极修辞格,如比喻、比拟、借代、夸张、反语等,原则上不在该类行文中出现。如“事实像泉水一样清澈”就不如“事实俱在,无可争辩”更合规范。

在词语运用方面,国际商务应用文中采用的修辞手段多选用有特定交际对象和交际语境的词语,而不是采用移用、代用和仿用等积极修辞手段。如同样是处理到货缺损的情况,对待老客户的业务函中可用“令人遗憾的是”、“我们不得不”等语气道出己方出于无奈而函告对方,以缓和对方由于差错而出现的尴尬局面;而对于新客户完全可用较为强硬的语气来表达己方的不满,如可用“令人深感不解的是”、“现郑重告知”等。

总之,无论在国际商务应用文文体意识的哪一方面,都要根据不同的受文对象,在约定俗成的规范意识范畴内准确无误地传达出己方的愿望和需求,这是该类文体最终要达到的目的。

上篇

国际日常商务文书

第一章

国际商务信函

☐ 学习目标

认识国际商务信函的主要作用和种类;了解不同种类信函的作用;掌握各种国际商务信函的含义、特点及其写作要求和写作技巧。

☐ 关键概念

- 邀请信(Invitation) 应邀信(Acceptance) 谢绝信(Regret)
- 电报(Telegram) 电传(Telex) 传真(Fax)
- 电子邮件(E-mail)
- 商贸洽谈纪要(Summary of Negotiation)

国际商务信函(Business Letter),是应用于国际商务活动和礼节仪式的诸种文体的总称。它是加深双方关系,增进双方情谊,积极促进国际商务交往的一种有效工具。

国际商务活动是一种国际性的社会交往活动。重视社交礼节是它的重要特点和必须遵循的客观要求,例如请外商出席宴会就得缮制请柬。在国际商务交往中“彬彬有礼”,不仅能使双方情感融洽,增加成功的机会,而且能显示国家民族的文明水平;反之,“无礼”或“失礼”则不但容易导致双方关系僵化、恶化,使商务活动遭到失败,而且还会有损国家和民族的形象。因此,每个涉外秘书都应认真对待国际商务活动中的礼节问题,充分重视国际商务信函的写作。

国际商务信函具有以下两个特点:

其一,礼节性。国际商务信函的形式和内容都体现一定的社交礼节。重视礼貌,尊重不同国家和民族的风俗习惯,文字表达婉转含蓄,都是国际商务信函写作时必须注意的问题。讲究礼节是它的显著特点。

其二,表情性。国际商务活动也是一种情感交流活动,联络感情和增进友谊是它的内容和目的。因此,重视情感的表达是国际商务信函的一个特点。但它表达情感的方式往往是用概括的语言作直接陈述,而不同于散文那种借助形象来抒发感情的方式。

国际商务信函常见的文种有邀请信、应邀信、谢绝信、电报、电传、传真、电子邮件、商贸洽谈纪要等,下面逐一对它们进行介绍。

第一节 邀请信 应邀信 谢绝信

邀请信(Invitation),是邀请客人时使用的通知性信件。在国际商务活动中,为了与国外客户增进友谊、发展贸易,常常要邀请客户前来参观访问,经常要举办商品交易会、展览会、宴会、酒会、招待会、晚会等活动,这是开拓国际商务工作的有效方法之一。因为客户来访,一是有利于促进业务往来;二可以就双方感兴趣的问题进行探讨;三可以通过接触,增进对客户经营能力和风格的了解;四是如有双方未决事项,可通过当面洽谈,弄清问题。而在这些场合,一般都需要向被邀请对象发送正式的邀请信,以示郑重和礼貌;有时,邀请信还被作为入场凭证来使用。因此,在国际商务活动中,邀请信是常用的一种应用文体。

邀请信及其复信(应邀信 Acceptance 和谢绝信 Regret)可分为正式的和非正式两种。正式的邀请信及其复信一般镌版印刷,精致华美,使用于正式、隆重的场合,国际商务活动使用较多的是这一形式;而非正式的一般都是手写,使用第一人

称,小型宴会、邀请便宴等非正式的活动则多采取这一形式。

在写邀请信及其复信时必须注意:

(1)清楚。信函要写得清楚明白,不能有丝毫艰涩难懂之处,要使收信人看了信后不会产生误解。如书信日期,一定要写明某月某日,避免使用 Instant(本月)、Proximo(下月)等词。

(2)简洁。信函要写得简洁,避免重复啰嗦,用尽可能少的文字正确、完整、具体、清楚地表达己方的意思,因为国际商务人员工作繁忙,每天要处理大量信件,无暇阅读冗长空洞的文字。

(3)礼貌。礼貌并非只是说些客套话,还要表现出热情、周到与替人着想的友善态度。礼貌的谢绝信能使你委婉地拒绝对方的要求而不会损及今后的商务往来。同时应及早给客户回信,拖延回信时间是最不礼貌的。如果你无法立即回复客户信件,也一定要在以后的信中讲明原因。

(4)体谅。写信时要考虑到对方的要求、愿望和感情,提倡从对方出发,即所谓“The ‘you’ attitude”,这样可以收到良好的效果。

总之,信件写好后应从头至尾仔细地检查一遍,看看是否符合下列要求:书信外观给人印象良好(整洁美观、符合格式);英语文法正确,拼写、标点无误;信文简洁清晰,谦恭有礼;语气诚恳,态度友善;信件行文从收信人角度出发,使对方阅读后能正确理解你的意图。

以上是书写邀请信及其复信的一些具体要求。了解和熟悉它们固然很重要,但掌握了要求之后,采用适当的措辞和句型就成了写好信件的关键。为此,下面的内容除较全面地列举了在国际日常商务书信往来中经常要碰到的典型信例外,还提供了大量比较实用的各种句型和习惯表达法,以便读者不仅能够了解各种邀请信及其复信的基本写法,而且也能够不同情况下灵活套用。

一、非正式的邀请信及其复信 (Informal Invitation and Acknowledgments)

首先,不要被“非正式”这个字眼所迷惑。在写非正式邀请信的时候,使用的信纸和信封都要庄重大方,切不可使用彩色的或印有装饰物的信纸,只能使用平整的、标准的白色信纸,而且纸张的质量一定要好。在国际商贸信函中,使用折叠式的信纸比使用单页信纸更为郑重,而且要把信写在信纸的正面,不要写在反面。

其次,非正式的邀请信及其复信一般都应该简短些,最好是手写的。有些人喜欢使用打字机打制各种信件,但若用笔写,就显得更为礼貌,更为恭敬,使人们觉得更为亲切、友善。邀请信一定要写得明确、完整,不可留下任何疑问而让收信人捉