



新基点 (New Benchmark) 全国高职高专院校商务英语系列规划教材

**NEW BENCHMARK**

# 国际商务英语 模拟实训教程

Simulated Practice  
Coursebook for International  
Business English

钟书能 主编



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



新基点 (New Benchmark) 全国高职高专院校商务英语系列规划教材

NEW BENCHMARK

第四批中国外语教育基金资助项目

# 国际商务英语模拟 实训教程

主 编 钟书能  
副 主 编 陆洁瑜 蔡绿妍 杜清萍  
参加编写人员 (按姓氏笔画为序)

王媛媛	王 彬	方德娟	寻 明
何晓灵	何 芸	吴亚莉	张 仪
罗建华	陆凯旋	蒋清凤	雷萍莉
魏 华			

对外经济贸易大学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务英语模拟实训教程/钟书能主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2009

(新基点 (New Benchmark) 全国高职高专院校商务英语系列规划教程)

ISBN 978-7-81134-430-1

I. 国… II. 钟… III. 国际贸易 - 英语 - 高等学校 - 教材 IV. H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 133804 号

© 2009 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

## 国际商务英语模拟实训教程

钟书能 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](mailto:uibep@126.com)

---

北京市山华苑印刷有限责任公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 260mm 10.75 印张 248 千字

2009 年 9 月北京第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

---

ISBN 978-7-81134-430-1

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 17.00 元

# 出版说明

“新基点 (New Benchmark) 全国高职高专院校商务英语系列规划教材”是对外经济贸易大学出版社联合全国重点职业学院的骨干教师推出的一套全新的商务英语系列教材。本套教材适用于全国高职高专院校英语专业商务/应用/外贸英语方向以及财经类专业的学生。

目前高职教育提出了“工学结合,项目为中心,案例驱动教学,边讲边练”为核心理念。本套教材就是贯彻这个理念,着眼于提高学生实际操作能力和就业能力的目的,采取了模块化、多案例、互动式、重实训的编写方式,让学生在理论够用的基础上,在实训环节上有所突破。

目前,我国高职高专教育的培养目标是以能力培养和技术应用为本位,其基础理论教学以应用为目的、够用为尺度、就业为导向;教材强调应用性和适用性,符合高职高专教育的特点,既能满足学科教育又能满足职业资格教育的“双证书”(毕业证和技术等级证)教学的需要。本套教材编写始终贯彻商务英语教学的基本思路:将英语听说读写译技能与商务知识有机融合,使学生在提高英语语言技能的同时了解有关商务知识,造就学生“两条腿走路”的本领,培养以商务知识为底蕴、语言技能为依托的新时代复合型、实用型人才。

本套教材包括《商务英语综合教程》(1-4册)、《商务英语听说》(1-2册)、《商务英语口语》(1-2册)、《国际商务报刊选读》、《商务英语写作》、《商务英语翻译》、《国际商务函电》、《国际商务谈判》、《国际商务制单》、《国际商务英语模拟实训教程》、《商务礼仪》、《英语应用文》、《跨文化交际》、《英美概况》、《旅游英语》、《酒店英语》、《物流英语》、《财经英语》、《文秘英语》、《会计英语》、《餐饮与服务英语》、《劳动与社会保障专业英语》等。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。

本套教材的作者不仅具有丰富的商务英语教学经验,而且具有本专业中级以上职称、企业第一线工作经历,主持或参与过多项应用技术研究,这是本套教材编写质量的重要保证。

此外,本套教材配有教师用书或课件等立体化教学资源,供教师教学参考(见书末赠送课件说明)。

对外经济贸易大学出版社

2008年5月

# 前 言

随着国家“十一五”规划的落实,我国对外开放又迎来了新一轮的发展机遇,国际间的交往日益扩大,国际贸易量不断创新高,各类企业对国际商务人才的需求也不断增加。因此,在市场竞争的大环境下,培养实用型的国际商务专业人才也是当今迫切需要。

然而,目前国际商务专业所采用的教材多是《外贸函电》、《进出口单证》等,尽管进行了大量训练,但离外贸企业实际操作流程仍有很大的差距,因此难以培养出企业所需的实用型商贸人才。要培养出合格的企业实用型人才,作为高等职业院校的教学工作,选择能与企业实际工作实现“无缝对接”的实训教材迫在眉睫,这也就是我们编写本教材的初衷了。

面对市场竞争、培养职业型技能人才,目前全国各大中院校纷纷开展各专业课程的实训教材的研发工作。目前对“实训”的概念还没有一个统一的界定,有些实训教材只起到巩固课本知识的作用,但缺乏企业实际操作模式的训练。我们认为,各专业的实训应分为两个步骤:第一是与课文同步的实训,第二是完成专业知识的学习之后进行的综合性实训,即按涉外商贸企业实际操作流程与模式的实训。只有通过两个阶段的实训,才能既巩固课本知识,又能进行模拟企业操作的实训,这样才能让高职院校毕业生增强竞争力,在工作中能更好更快地达到岗位工作的要求。

本教材主要研究的内容包括:1)企业在对外贸易与外商沟通中使用传真、电子邮件方式交流的语言书面表达特色;2)企业在贸易洽谈及贸易执行中可能出现的情况、原因分析及应对措施或预防措施;3)各类单证制作的依据、注意事项及预防措施。

本教材的主要特色包括:1)将国际贸易实务、函电写作、单证制作三门课程融为一体;2)将外贸企业实际操作流程转化为实训内容;3)介绍外贸企业实际操作中可能会遇到的问题并提出解决方案与预防措施。

本教材从外贸企业操作实际的角度来探讨如何将国际贸易实务、外贸函电写作和进出口单证制作等学科知识与当前外贸企业对外贸易实际操作结合起来,探索适合高职院校实际,并与外贸企业实际相结合的教学方法和培养学生自主学习能力的课堂教学方式。本教材既可以作为课堂教学使用,也可以作为学生课后自学指导书,为提高国际商务专业学生就业竞争力,适应今后工作岗位的需要打下坚实的基础。

本实训教材由英语教授钟书能博士领衔主编,多所高职院校的教授、副教授、讲师、外贸企业人员共同参与编写。本书的编写得到了第四批中国外语教育基金的资助。外籍教师 Ryan Rosevean 和 Net Paulsen 参与了本书的审阅工作,在此一并表示谢意。

钟书能

2009年5月8日

于广州五山

# Contents

<b>Part One</b>	<b>Preparation Before Business</b>	<b>1</b>
Unit One	Preparation of Price List	2
Unit Two	Sales Promotion	7
<b>Part Two</b>	<b>Business Negotiation</b>	<b>13</b>
Unit Three	Inquiry and Offer	14
Unit Four	Bargaining	20
Unit Five	Acceptance and Signing a Contract	26
<b>Part Three</b>	<b>Executing the Contract</b>	<b>33</b>
Unit Six	Urging L/C Establishment and Payment Settlement	34
Unit Seven	Establishing L/C	40
Unit Eight	L/C Amendment	47
Unit Nine	Packing	53
Unit Ten	Booking Shipping Space	58
Unit Eleven	Commodity Inspection	65
Unit Twelve	Customs Declaration	71
Unit Thirteen	Insurance	80
Unit Fourteen	Shipment and Shipping Advice	86
<b>Part Four</b>	<b>Documents and Settlement</b>	<b>95</b>
Unit Fifteen	Preparing and Examining Documents	96
Unit Sixteen	Documents Required by L/C	103
<b>Part Five</b>	<b>Claim and Settlement</b>	<b>113</b>
Unit Seventeen	Claim	114
Unit Eighteen	Settlement	121
<b>Appendices</b>		<b>127</b>

# Part One

## Preparation Before Business



### INTRODUCTION

#### 本章导读

本章以某出口企业为例,介绍了该公司在收到某制造商的中文报价单后,准备一份以美元报价的 **FOB SHENZHEN** 价格表。然后以此报价表为依据,制成商品目录,公布在自己的网页上,并通过邮件向新老客户发出促销函。

在本章 **BUSINESS TIP** 中,介绍了将人民币报价转换成美元报价的常见方式,以及出口企业促销其产品的方法等。

在本章 **EMERGENCY & PRECAUTION** 中,介绍了汇率风险的防范和防止不法商人欺诈的方法。



### OBJECTIVES

#### 学习目标

通过本章学习,要求学生学会如何将中文报价表转换成英文 **FOB**、**CFR** 或 **CIF** 报价表;掌握各类促销函的英文写作方式。掌握电子邮件和传真的使用场合。



## Unit One

# Preparation of Price List

### MODEL PRACTICE

#### 【BUSINESS SITUATION】

Guangdong Kaili Trading Co., Ltd has just received a quotation from a manufacturer. Mike Du, the Sales Manager, is preparing his FOB SHENZHEN price list.

After consulting his shipping agent, he gets to know the freight and starts to calculate his FOB SHENZHEN prices.

【背景提示】公司收到厂家报价后,向货代咨询运费等,按照自己的公式计算出 FOB 价格表。

表 1-1

广州光明玩具厂报价表

货号	品名	功能	包装	打数/内盒	规格 (CM)	净/毛重 (KG)	价格 (元)	备注
No. 2 267	豪华巴士车	惯性	OPP 装	15 打/2 内盒	79 × 42 × 86	34/31	2.58	三包混装
No. 2 268	豪华巴士车	惯性	OPP 装	15 打/2 内盒	80 × 43 × 87	39/36	2.72	三包混装
No. 2 269	豪华巴士车	惯性	PVC 装	12 打/2 内盒	86 × 46 × 84	36/33	2.98	三包混装
No. 2 270	豪华巴士车	惯性	PVC 装	15 打/2 内盒	79 × 42 × 86	34/31	2.45	三包混装

表 1-2

FOB 深圳报价表

Item No.	Description	Function	Packing	Doz/Inner Package	Specification (CM)	N. W/G. W (KG)	Price (USD)	Remarks
No. 2 267	Luxury Bus	Inertia	OPP	15doz/2pkg	79 × 42 × 86	34/31	0.48	Three models assorted
No. 2 268	Luxury Bus	Inertia	OPP	15doz/2 pkg	80 × 43 × 87	39/36	0.51	Three models assorted
No. 2 269	Luxury Bus	Inertia	PVC	12doz/2 pkg	86 × 46 × 84	36/33	0.54	Three models assorted
No. 2 270	Luxury Bus	Inertia	PVC	15doz/2 pkg	79 × 42 × 86	34/31	0.46	Three models assorted



## BUSINESS TIPS

### 1. 柜型、体积与材积

FOB 价格表的计算要考虑一个单位的数量,即:20 英尺柜、40 英尺柜、还是 40 英尺高柜,三种规格的材积、体积如下:

柜型	体积(CBM)	材积(CUFT)
1 × 20 GP	27 - 29 CBM	1 050 材
1 × 40 GP	57 - 59 CBM	2 050 材
1 × 40 HQ	67 - 69 CBM	2 400 材

### 2. CBM, CUFT 计算与转换

- 1) CBM 算法:长 CM × 宽 CM × 高 CM ÷ 10 000 000,或长 M × 宽 M × 高 M
- 2) CUFT 算法:长 CM × 宽 CM × 高 CM ÷ 28 317(经验系数)
- 3) CBM 转换为 CUFT:体积 × 35.32(经验系数)
- 4) CUFT 转换为 CBM:材积 ÷ 35.32(经验系数)

### 3. FOB 计算公式(1)

$$\text{FOB 启运港} = (\text{进货成本} \div \text{汇率} + \text{每材费用} \times \text{每箱材积} \div \text{每箱装箱数}) \times \text{预期利润}$$

公式说明:

- 1) 进货成本一般为工厂所报价格。
- 2) 汇率是根据目前汇率及波动情况所预计的到时收汇的汇率。为防范汇率风险,一般采用比目前低的汇率。
- 3) 每材费用是根据目前拖车费、通关费(即报关费)、ORC(文件单证费)、集装箱堆场操作费等计算出来的,柜型大小的费用不相同。有时还要加上货代费、FORM A、C. O.、ROSH 认证等费用。若是散货,还要加收拼柜费用。

计算公式为:各类费用 ÷ 汇率 ÷ 材积 = 每材费用

- 4) 每箱材积 CUFT(立方英尺) = 长 × 宽 × 高(CM) ÷ 28 317(经验系数)。
- 5) 每箱装箱数由厂家提供。
- 6) 假设利润率为 5%, 计算公式为  $1 + 1 \times 5\% = 1.05$

例如:客户要购买产品 A300,业务员向工厂询价,工厂报价为 10 元/只。A300 的外箱规格为 80CM × 60CM × 40CM,每箱装 100 只。公司按一只 40 尺高柜报价,货代报总运费为 5 330 元人民币,预期利润为 5%,按照 6.5 的汇率,计算出 FOB 深圳的单价。

$$\text{每材费用} = \text{总运费} \div 6.5 \div \text{总材数} = 5\,330 \div 6.5 \div 2\,050 = 0.40 \text{ 美元}$$

$$\text{每箱材积} = 80\text{CM} \times 60\text{CM} \times 40\text{CM} \div 28\,317 = 6.78$$

$$\text{FOB 深圳} = (\text{进货成本} \div \text{汇率} + \text{每材费用} \times \text{每箱材积} \div \text{每箱装箱数}) \times \text{预期利润}$$

$$= (10 \div 6.5 + 0.4 \times 6.78 \div 100) \times 1.05 = 1.65 \text{ 美元}$$

#### 4. FOB 计算公式 (2)

FOB 启运港 = (进货成本 + 运费等) × 预期利润 ÷ 汇率 ÷ 总装箱件数

依然以上述为例，公式计算与步骤如下：

总装箱件数 = 总装箱数 × 每箱件数

$$= (27\text{CBM} \div 0.192\text{CBM}) \times 100 = 14\ 100 \text{ 件}$$

进货成本 = 总装箱件数 × 每件单价

$$= 14\ 100 \times 10 = 141\ 000 \text{ 元人民币}$$

$$\text{FOB SHENZHEN} = (141\ 000 + 5\ 330) \times 1.05 \div 6.5 \div 14\ 100 = 1.68 \text{ 美元}$$

说明：

1. 公式属于粗略算法，所得出的单价结果略高于公式 (1) 0.03 美元。
2. 本公式中的运费等，包括：运费（至货物上船）、商检费、报关费等费用。
3. 若是价格术语为 CFR 或 CIF，总运费则包括：进货成本、运费（至目的港）、报关费、商检费和保险费用（CIF）。后三项若委托货代公司办理，则会给客户一个报价；若后三项由公司自己办理，也须将该费用在对外报价时考虑在内。

## EMERGENCY & PRECAUTION

### 汇率风险的防范

当美元汇率走软，人民币汇率走强的背景下，外贸公司在对外报价时面临两难局面。为防范汇率变化带来的风险，对外报价通常采用以下三种方法：

1. 美元报价。当交货期较近时，可按较低的美元汇率来计算。
2. 欧元或其他硬通货币报价。当交货期较远时，或外商不愿承担汇率风险时，可选用欧元或其他硬通货币报价。
3. 人民币报价。为了防止外汇变化给卖方带来的损失，中方可用人民币报价，在结算时用当时的汇率来结算外汇。T/T 付款方式多采用人民币报价。

## Patterns & Useful Sentences

### Contents of a quotation list:

#### I. Head (报价单的头部)

1. Information about the seller 卖家的信息
2. Information about the buyer 买家的信息
3. Order of the quotation list 报价单的抬头

**II. Price Terms 价格条款**

1. Trade terms (ESW, FOB, CFR, CIF...)
2. Loading Port, Destination Port 装运港, 目的港
3. Currency, Exchange Rate 货币, 汇率
4. Unit Price 单位价格

**III. Quantity Terms 数量条款**

1. Quote according to a whole container 按整柜提供报价
2. Quote according to minimum order quantity 按最小定单量提供报价
3. Quote according to Q. T. Y in stock 按库存量报价

**IV. Payment terms 支付条款**

1. L/C 信用证
2. Collection 托收
3. Remittance 汇款

**V. Quality Terms 质量条款**

1. Certificate issued by Inspection and Quarantine Bureau 检验检疫局签发的证书
2. Certificate issued by State General Administration for Quality Supervision 国家质检总局签发的证书

**Exercises****I. Match the terms in Column A with the corresponding paraphrases in Column B.****Column A**

1. marginal cost pricing
2. break-even point
3. equilibrium price
4. supply

**Column B**

- A. when the money from the sales of a product equals the total costs and expenses involved in producing and marketing it
- B. the method generally used to price an export product effectively
- C. the act of competitors who get together to raise or lower prices
- D. the price at which marketers are able and willing to supply exactly the quantity of goods or services that customers are willing to purchase

- ## 5. price fixing

- E. quantity of a product offered on the market at a specified price

**II. Choose the best answer out of the four choices to replace the underlined part.**

1. Equilibrium price is not static but changes as demand and supply increase or decrease.

- A. in constant change      B. powerful      C. mobile      D. frozen

2. If marketers hold back products while waiting for prices to go up, these products are not part of supply.

- A. withdraw                  B. retreat                  C. preserve                  D. reserve

3. If the price is too high, customers may switch to the competitors.

- A. turn to                  B. move to                  C. change to                  D. support

4. Customer reaction to changes in price is very critical.

- A. sensitive                      B. decisive                      C. fault-finding                      D. risky

5. Manufacturers find break-even analysis very helpful in figuring out what price to set to achieve goals.

- A. thinking of                      B. thinking about                      C. working out                      D. working on

### III. Translate the English into Chinese or Chinese into English.

1. As an exporter, the seller must be prepared to establish a sound approach to pricing.

2. The method generally used to price an export product effectively is called marginal cost pricing.

3. The total of these costs represents a level below which prices would incur a loss.

4. It is assumed that the original tender was submitted with a margin of 30% on sales.

5. The negotiating objective on price level would be stated as: "To achieve a margin of 35% within the validity period of the tender and without addition to the risks allowed for in the tender."

6. 卖方欲以较高的价格出售自己的商品或服务，而买方则想以较低的价格购买同样的商品或服务。

7. 当卖方制定首次报价单时，应估计到自己不得不向买方做出的让步，就此提出最大限度。

8. 在磋商合同价格条款之前，出口商应进行下列的成本分析，以确保出口能够增加利润。

9. 如果没有其他销售机会，这家公司可以通过将价格降至低于国内销售价格的水平来出口这 10% 的产品，这样做可能很有益处。

10. 列出那些和出口直接有关的实付费用十分重要。

## Unit Two

# Sales Promotion

### MODEL PRACTICE

#### 【 BUSINESS SITUATION 】

*Guangdong Kaili Trading Co. , Ltd.* is emailing its product information via the Internet to its prospected customers and faxing its price list to its old customers in order to promote the sales of the newly designed products.

【背景提示】 公司通过互联网和传真向新老客户发出促销函。

#### Model 1 Sales Promotion on Internet

To: marketing@kimhome.com  
From: kailiexport@kailiplastic.com.cn  
Date: Tue, March 10, 2009 10: 35 AM (EDT)  
Subject: YOUR FAVORITE — BRIGHT SPRING

Dear Customers:

We are one of the leading exporters of various toys in South China. BRIGHT SPRING is our best seller. We are sending you FREE information on our plastic products with intelligent development, fashionable designs and at competitive prices.

If you are interested in them, just click on [http: //www. kailiplastic. com. cn](http://www.kailiplastic.com.cn)  
Thank you for responding to this message, and have a nice day!

## Model 2 Sales Promotion by Fax



### GUANGDONG KAILI TRADING CO., LTD.

No. 108, EAST HUANSI ROAD, GUANGZHOU, GUANGDONG, 510620 CHINA

Tel: +86 -20 -87316291

Fax: +86 -20 -87316292

Email: kailiexport@kailiplastic.com.cn

http: //www. kailiplastic. com. cn

TO: Kim's Home Center Inc.

FROM: Mike Du, Sales Manager

ATTN: Mr. Alfred White, Chief Buyer

DATE: March 10, 2009

FAX No. 001 -514 -62731630

FAX No. : 0086 -20 -87316292

No. OF PAGE (S) 1

SUBJECT: NEWLY DESIGNED PRODUCTS

### MESSAGE

Dear Alf:

How are you these days?

Here's the good news for you. We have recently developed some kinds of products, which are of attractive designs, favorable prices and are sure to be salable in your market. Enclosed please find our latest catalog and price list.

If you are interested in any of the items, please do not hesitate to contact me. We can assure you of our best service.

Best regards!

*Mike Du*

Mike Du

## BUSINESS TIPS

### 1. 新客户开启业务

就卖方而言, 可以通过互联网发布产品销售信息, 或在网上查找买方产品求购信息, 或通过老客户介绍, 或通过各类商品交易会、博览会等, 来和买方建立业务联系, 从而开启双方之间的业务往来。

就买方而言, 同样可以通过网上查找卖方产品信息, 或在网上发布产品求购信息,

或通过老客户介绍,或参加各类商品交易会、博览会等,来和卖方建立业务联系,从而开启双方之间的业务往来。

## 2. 老客户业务

就卖方而言,通常将自己最新产品目录或价目表发送给买方,或邀请老客户来公司参观选购,或邀请老客户参加即将举办的商品交易会或博览会等,洽谈新的一笔业务。

就买方而言,可以在完成一笔交易后,继续下订单,或到公司或交易会、博览会参观后,洽谈新的一笔业务。

## EMERGENCY & PRECAUTION

### 如何防止不法商人的欺诈

对于新客户的交往,作为卖方应非常谨慎,最好是通过老客户的介绍。对于通过交易会或是网上取得联系的新客户,为防止对方只是对产品的价格打探虚实,通常在一开始,只提供产品目录,而不提供价目表;当客户提出具体的要求时,才给出具体的报价。洽谈成功后,最好是要求对方在装船前先付10% - 30%的定金,或要求用信用证支付。有时,还要求对方提供资信证明人以便对其进行了解。总之,对于卖方来说,如何收回货款是至关重要的。

## Patterns & Useful Sentences

### I. How to get the importer's information

1. We learn from the Chamber of Commerce/Internet/Commercial Counselor's Office/advertisement that you are in the market for Chinese tea sets.

我方从商会/网上/商赞处/广告获知你方拟购中国茶具。

2. You have been introduced to us by Audi Trading Company as one of the leading importers of children's toys in Canada.

奥迪贸易公司推荐你方是加拿大儿童玩具主要进口公司之一。

3. Thanks to Ms. Daisy Wang, one of our business friends, we have come to know your name and address.

由于业务伙伴 Daisy Wang 女士的推介,我们才得知贵公司的名称和地址。

4. We owe your name to the Business Association through whom we learned that you are interested in the import of nylon socks.

我方通过商业协会了解到贵公司有意进口尼龙丝袜。

5. We are very much impressed by your toy cars displayed at this year's Spring Fair.

我们对今年的春交会上所陈列的你公司的玩具汽车印象深刻。



## **II. Introduce the company**

1. We are one of the leading exporters of first class china wears and are enjoying an excellent reputation through twenty years' business experience.

本公司是优质陶瓷产品的主要出口商之一。20 年的贸易实践使我们在业内享有极高的声誉。

2. We write to introduce ourselves as one of the leading exporters in China, with a wide range of Sportswear.

现去函自我介绍, 本公司是中国一家主要出口商, 经营各类运动服。

3. We handle/deal in/specialize in various kinds of cotton goods.

我们经营各种各样的棉质产品。

4. We have been in the line of china products for many years.

我们经营陶瓷已经很多年了。

## **III. Introduce the products**

1. Our products enjoy a great popularity at home and abroad due to their high quality and low prices.

我们的产品由于物美价廉而深受国内外用户欢迎。

2. Our products are very popular in European countries because of their excellent quality, modern designs and reasonable prices.

我们的产品品质优良、设计新颖、价格合理, 在欧洲各国深受欢迎。

## **IV. Send material about the products**

1. Enclosed please find a price list.

随函附去报价单, 请查收。

2. We are pleased to enclose our quotation list with the illustrated catalogue.

随函附上有插图的目录及报价表。

3. We are sending/airmailing our latest illustrated catalogue.

我们给你方寄去/航空邮寄最新插图目录。

## **V. Hope to establish business relationship**

1. We wish to express our desire to enter into business relations with you.

希望你方建立业务关系。

2. Please let us know if you are really interested in any of the products.

若对任何产品感兴趣, 欢迎随时联系。

3. If any of our products is of interest to you, please send us your inquiry sheet.

若对任何产品感兴趣, 请寄询价单。

4. We trust that many of the items in our catalogue will be of interest to you.  
我们相信目录中的许多商品会让你们感兴趣。
5. We are looking forward to receiving your kind confirmation on our offer and continue to increase our potential business with you.  
盼收到你方对报价的确认，并能继续合作。

## VI. Complimentary close

1. Regards. 商祺。
2. B. RGDS 商祺。
3. Hope to hear from you soon. 盼早复。
4. Look forward to your early reply. 盼早复。
5. Expecting/Awaiting your favorable reply. 恭候佳音。
6. Appreciate a swift response. 早日回复，不胜感激。

## Exercises

### I. Match the terms in Column A with the corresponding paraphrases in Column B.

#### Column A

1. promotion
2. publicity
3. advertising
4. sales promotion
5. mass selling

#### Column B

- A. any unpaid form of nonpersonal presentation of ideas, goods, or services.
- B. any paid form or nonpersonal presentation of ideas, goods, or services by an identified sponsor.
- C. communicating information between seller and potential buyer or others in the channel to influence attitudes and behavior.
- D. communicating with large numbers of potential customers at the same time.
- E. promotion activities — other than advertising, publicity, and personal selling — that stimulate interest, trial, or purchase by final customers or others in the channel.

### II. Choose the best answer out of the four choices to replace the underlined part.

1. Further, most rental firms were lowering their prices — hoping for gains in market share to offset the shrinking market.