

高职高专商务英语系列教材

新编

XINBIAN YINGYU Y INGYONGWEN XIEZUO

英语应用文写作

主编 陈永国 郑淑媛 陈智钢



江西高校出版社

图 书 在 册 号 (CIP)

编 者 英 国 文 学 研 究 所 主 任 南 昌 江 西 高 职

出 版 教 材 系 列 商 务 英 语 高 专 高 职

新编英语应用文写作

主 编 陈永国 郑淑媛 陈智钢

江西出版集团

江西省南昌市洪都大道16号

330046

(0791)8204319

(0791)8204319

www.jncp.com

南昌洪都大道16号

江西出版集团

江西出版集团

787mm×860mm 1/16

13.75

江西高校出版社

2009年8月第1版第1次印刷

1-3000册

ISBN 978-7-81132-710-6

27.00元

图 书 在 册 号 (CIP)

图书在版编目(CIP)数据

新编英语应用文写作/陈永国主编. —南昌:江西高校出版社, 2009.8

(高职高专商务英语系列教材)

ISBN 978-7-81132-710-6

I. 新... II. 陈... III. 英语-应用文-写作-高等学校:技术学校-教材 IV. H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009) 第 151002 号

出版发行	江西高校出版社
社 址	江西省南昌市洪都北大道 96 号
邮 政 编 码	330046
总编室电话	(0791)8504319
销 售 电 话	(0791)8508191
网 址	www.juacp.com
印 刷	南昌市光华印刷有限责任公司
照 排	江西太元科技有限公司照排部
经 销	各地新华书店
开 本	787mm × 960mm 1/16
印 张	15.75
字 数	260 千字
版 次	2009 年 8 月第 1 版第 1 次印刷
印 数	1 ~ 3000 册
书 号	ISBN 978-7-81132-710-6
定 价	27.00 元

版权所有 侵权必究

高职高专商务英语系列教材编委会

主 任:郑淑媛

副主任:丁丽军 江 峰

委 员:(以姓氏笔画排列)

丁丽军 南昌航空大学

江 峰 江西外语外贸职业学院

刘华东 新余高等专科学校

刘 恺 九江职业技术学院

刘桂兰 南昌工程学院

吴 超 南昌理工学院

陈永国 萍乡高等专科学校

冷小利 江西经济管理干部学院

郑淑媛 江西旅游商贸职业学院

但汉彪 江西财经职业学院

秦三川 江西工业贸易职院

曹迁平 九江职业大学

傅江华 苏州农业职业技术学院

黎明虹 广东工贸职业技术学院

会委编林姓民系爵英委商寺高照高

本书编委会

主 编:陈永国 郑淑媛 陈智钢
副主编:颜小燕 吴 冰 胡溯帆
林 芸
编 委:陈永国 郑淑媛 陈智钢
颜小燕 吴 冰 胡溯帆
林 芸 杨汝梁 魏 峰
段伟丰 肖福兰 倪筱燕
金 阆 涂 敏 黄 妍
戴紫明

前言

《高职高专商务英语系列教材》是根据教育部制定的《高职高专教育基础课程教学的基本要求》和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》的要求编写而成的。

本系列教材面向高职高专院校国际商务、经济管理类等相关专业编写而成,充分体现了以就业为导向、市场需求为己任及学以致用用的原则;努力符合本学科的课程设置要求;本教材所选内容全面、新颖,把科学性、实用性和通用性结合起来,较好地解决了传统教材中存在的“所学非所用”和“所用非所学”的问题,给学生提供了一个模拟仿真的商务环境,使之毕业后能直接上岗。可以说系列教材是集教育界的教师们多年来的职业教学经验,在理论体系,组织结构和阐述方法等方面都做了一些新的尝试,特别是在突出实践教学环节,强调实用性和可操作性方面有其创新之处。

本系列教材共含九册,《新编经贸英语会话》、《新编外贸英语函电与实训》、《新编外贸单证与实训》、《新编商务谈判技巧》、《新编商务英语听说》、《新编经贸英语阅读》、《新编英语应用文写作》、《新编求职英语》和《新编英语翻译技巧》。

《新编经贸英语会话》旨在最大限度地强化学生的语言沟通能力,最大限度地帮助学生将英语语言知识和经贸类专业知识有机地结合起来,使学生在模拟的外贸环境中,掌握大量的专业术语及操作技能。从而达到培养学生的经贸英语的综合运用能力和贸易业务的实际操作能力。

《新编外贸英语函电与实训》以外贸业务流程为脉络,系统地介绍了外贸业务交往中外贸英语函电的基本知识及写作技能,并以英文信函的格式全面展示了外贸业务从建立业务关系、询盘、报盘、还盘、接受到签订合同、催开或修改信用证、运输、保险、投诉、索赔和理赔等一系列业务情景。为了便于学生在学习过程中将外贸业务知识的学习与英语函电的学习紧密结合起来,本书还将同一笔交易中进出口双方当事人在不同交易阶段相互往来的多封英文信函编入一处。

《新编外贸单证与实训》详细地讲解了各种单证的制作方法和技巧;尽量做到理论部分简明扼要、通俗易懂;实训部分内容翔实、新颖、可操作性强;内容涵盖了最新的常用的各种外贸单证。强调讲授最新的制单规范和相关的国际贸易惯例,培养学生的综合制单能力。

《新编商务谈判技巧》精选简单实用的英语谈判技巧内容,突出语言的典型性和谈判场景的实用性,使学生了解基本的英语谈判技巧和跨文化交际原则。全书共分4章:商务谈判概述、商务谈判的类型与内容、商务谈判准备、商务谈判。

《新编商务英语听说》旨在培养学生英语语言的综合运用能力。内容包括出差、闲聊、租房、上网购物、商务礼仪、参观工厂、洽谈业务、交易会、财务事项、投资业务、观光、道别、求职、国际物流、保险与索赔、公共关系等。

《新编经贸英语阅读》旨在训练学习者通过阅读英语文章获取基础的经济与商务知识的能力。课文均选自国内外最新的经济与商务信息,内容包括基础经济理论介绍,银行业及信用卡服务、国际贸易潮流、电子商务、股票市场及税收等方面。选材内容既有经典的专业基础理论,又有最近的时事报道。还为阅读主课文 TEXT A 配备了大量的商务英语短语翻译、回答问题等不同形式的练习,以供学习者进行扎实的专业术语及基础语言训练之用。每单元课文后均附有词汇表与注释,方便学习者查阅。

《新编英语应用文写作》提供了各种常见、常用的应用文范例及实训写作指导,包括了最常见的英语应用文的写作特点、方法和要求等等,内容全面,是一本操作性很强的实用教材,也是广大英语学习者和教研工作者的良师益友。

《新编求职英语》旨在让学生了解求职的各个环节,运用现有的英语综合知识进行有效的求职活动。教材以求职的整个过程为线索,从英文招聘广告、求职信、英文履历、求职申请表的填写、如何进行网络求职、面试礼仪及面试技巧等方面给学生进行全面系统地指导,使学生对英文求职的内容和程序有较清晰的了解,并在附录中对求职过程中的关键部分所使用的句子、语气、方法及礼仪都给出了详细的例句和样例供学生学习与模仿,增强学生在求职过程中的信心和勇气。

《新编英语翻译技巧》共分两部分,即笔译与口译。笔译部分包括翻译概论、笔译技巧、词义选择、引申和褒贬、词类的转换、语序的变换、正反、反正译法、增译、减译法、否定句的译法、从句的译法、长难句的译法,以及色彩、习语的文化内涵比较与翻译,和新词汇的翻译等。口译部分包括口译的概述、基本技巧和口译的实践等。

本系列教材的编写得到了全国各兄弟院校及相关专家们的鼎力相助和悉心指导,在此谨致谢忱。由于能力和水平有限,不当之处在所难免,恳请各兄弟院校和读者在使用本教材的过程中给予批评和指正。

编 者

2009年1月8日

编者的话

英文写作是英语教学和学习中的难点,它既是英语能力的综合表现,也是思维想象力和文化知识的综合展示。为使商务英语专业学生掌握一定的英文写作知识,结合高职高专学生的特点,特编写本书。根据学生的不同要求,本书尽量体现以下“三性”:

理论性:写作理论是人们写作实践的经验总结,能更好地指导和服务于写作实践。本书对写作理论方面的内容力求通俗易懂,使广大学生在没有教师指导的情况下也能有效地从书中获取信息,并做到学以致用。

实践性:要做好文字写作工作,大量的实践不可或缺,这对初学者尤为重要。本书备有大量练习,有利于学生边学边练,学练相长。

实用性:本书设计多种不同的文体,选材广泛,许多例文都是来自现实生活。除了作为教材使用外,本书还可以当作学生的英文应用文写作宝典,在日后的生活和工作中经常参考使用。

本书共分四个部分,基本上对日常生活中个人、社交、商务等方面的英文应用文的写作都有所涉及,适合高等学校英语专业学生使用,还可以作为社会上其他从事与英语有关的人员使用。大部分练习提供了答案或例文供学习者参考。

在本书的编写过程中,得到了江西高校出版社和省内外同行专家的指导和大力支持,也参考了其他专家的大量文献资料,再次一并致以诚挚的谢意。

编者

2009年7月25日

目 录

第一部分 英语应用文写作基础知识

第一章 写作过程	1
第一节 准备——角色定位	1
第二节 起稿——条理分明	3
第三节 定稿——精雕细琢	5
第二章 英语应用文写作基础	10
第一节 词汇	10
第二节 语句	27
第三节 段落	35
第四节 篇章	38
第五节 语用	46

第二部分 商务应用文英文写作

第一章 商务应用文英文写作概述	53
第一节 文体特点及写作原则	53
第二节 商务信函格式	56
第二章 商务信函	63
第一节 开发信	63
第二节 询盘及回复	66
第三节 商务邀请函	70
第三章 商务文书	74
第一节 商务报告	74

第二节 商务会议纪要	79
第三节 商务调查问卷	84
第四节 商务招标书	88
第四章 商务合约	92
第一节 商务意向书	92
第二节 商务合同	94

第三部分 常用英语公务写作

第一章 正式公文	101
第一节 公告和通告	101
第二节 通知	104
第三节 报告	107
第二章 事务文书	113
第一节 计划	113
第二节 总结	117
第三节 证明书	121
第四节 备忘录	132
第三章 会议文书	139
第一节 开幕词	139
第二节 闭幕词	143
第三节 建议书	146
第四节 会议记录	151

第四部分 私人英文信函写作

第一章 私人书信	156
第一节 家信	157
第二节 师友信	160
第二章 社交书信	163
第一节 邀请信	164
第二节 祝贺信	171

第三节	感谢信	179
第四节	致歉信	185
第五节	介绍信	189
第六节	推荐信	195
第七节	请求信	203
第八节	约见信	210
第九节	慰问信	215
第十节	唁唁信	219
第十一节	告别信	224
第十二节	辞职信	230
主要参考书目		237

第一部分

英语应用文写作基础知识

第一章

写作过程

在涉及写作的具体内容之前,我们应该对写作的全过程有足够的了解。简要地讲,写作可分三个阶段:准备、起稿和定稿。有统计显示,专业作家在这三个阶段花的时间比是:50%、20%和30%。还有人认为,时间分配应该是:打腹稿35%,写稿15%,改稿50%。照这样算,花在写稿上的时间仅占1/5或更少的时间,而写作也并不是从真正动笔开始。这样安排有哪些合理性呢?

第一节 准备——角色定位

写文章或写信都要有针对性。你最好先回答这个问题:我为什么要写?一般有两种情况:主动和被动。主动指的是由自己决定要写,被动指的是别人要求你写。这样看,写作的初衷是有所区别的。明确自己为何写,有助于文稿的策划。

准备工作可以采用多种形式,如列出提纲、收集素材、建立信息档案、采访

口录、会议记录等。所需要的时间由写作的形式和篇幅决定,也因人、因场合而各有所异。短到几分钟即兴打腹稿,长到几个月,甚至几年的筹划。虽然形式各异、投入时间多少各异,其主旨是一致的,即对将要写出的东西形成一个初步的设想,为未来的作品建构一幅蓝图。具体讲,一般需要对以下几方面有一个明确的认识。

一、作者的角色

在当今社会,由于有了先进的互联网通讯手段,文字的使用也变得越来越频繁。应用文的撰稿人不再限于公司的秘书。任何从业者,包括上层管理人士,都常常愿意自己动手行文、发文,直接回复电子邮件。因此,大大小小的书面往来就显得更加多样化、更加日常化。

双向交流日趋增加,这使得我们必须非常熟悉自己在不同场合应扮演的角色。将以什么样的身份与对方对话,要有明确的定位。一般来说,首先要判定交际双方的等级关系和亲疏关系,然后即可确定交际走向是否应为上行文、下行文或平行文。划分出这个界限,才能做到语言准确得体。

二、读者的角色

作者对读者的了解程度也对写作的策划有直接的影响,通常说的“量体裁衣”就是这个道理,故不要忽略这个环节。读者信息包括:

● 身份(决定语气)

● 专业水平(决定用词)

● 人数

● 主次

如有可能,需要对你的读者或读者群作一番研究。假设只写给一位读者,你要对他(她)境况、需求、期望、作风和心态做一番探讨。倘若不止一位读者,你要分析一下他们的整体构成和各自的特殊性,以区别核心读者和外国读者,然后既有重点对象,又有全局考虑。如果无法获取读者的全部相关信息,你最好也作一番推测或想象,使你心目中形成“虚拟读者”。有了这个假定的交流对象,你的文章才会“有的放矢”。

三、预期的目的

我们写任何材料,都要有其目的性。发生冲突时,也许向对方解释、致歉、抱怨、警告等;在双方合作时,可能会提出邀请、请求、建议或表示认同、祝贺等

等。在上下级工作交流时,常常需要通知、分析、表扬、劝说、请示、汇报等。总之,做任何文章都要明确所要表达的中心大意。如果不能让对方明白你的用意,就没有收到预期的效果。

应用文是很务实的,它的风格与文学语言截然不同,一般极少抒情,且不兜圈子。有时也需要讲大道理,但一定不可脱离实际问题去夸夸其谈。效率是第一位的,因此最好开门见山,切中主题,文字应简洁明了。

第二节 起稿——条理分明

自己动笔写,或借助电脑去写,可以说是写稿人迈出的第二步。但这一步象征着母腹中一个新生命的出世,因此有着特别重要的意义。从心理上讲,迈出这一步即意味着跨过了“万事开头难”的门槛,会使你由此看到了希望,找回了自信。

在写的过程中,我们需要完成如下几项任务:

一、确定篇幅

应用文的篇幅从一页到几十页不等。从一开始,我们就要在脑海里为它勾画一幅蓝图。按照预定的篇幅写,这样才能做到心中有数。

文章的展开方式多种多样,但多数文稿都可分为开头、主体和结尾三大部分。各部分所占比例视全文的长度而定。但一般情况下,开头和结尾都不宜超出一页。短到一个自然段,长到一个章节。

一头一尾虽小,其分量和意义却不亚于主体部分,特别对于长篇文章而言尤其如此。从读者的角度看,在有限的时间内要把握大段文章的要旨,最佳途径是迅速捕捉一头一尾的信息。因此,这两部分写好了就意味着成功的一半。每一自然段的开头和结尾也具有类似的特点。

二、组织布局

要使文章具有逻辑性,使其结构严谨、环环相扣,需要我们有一个清醒的思路,从而使我们的纹理有一个明确的走向。下面简要地列举若干写作模式。

(一)由近至远

从时间定位,可以先从眼下的事谈起,然后涉及将来,从今天到明天。从空间定位,可以从局部推到全局,从内部延至外部,从某个人联想到更多的人。

(二)由浅至深

总 要照顾到读者的接受能力和认识水平,最好先谈他们熟悉的东西,渐渐地导出新鲜、生疏、复杂的内容。如果无视你的读者,再漂亮的文字也起不到预期的作用。

(三)由轻至重 心理学的研究告诉我们,人们记忆最深的是最新获得的信息。因此我们有时把最重要的内容排在最后不失为最佳选择。

三、区分类别

从表面看,天下的文章千姿百态,各有千秋。其实,文字的表述都有一定的规律可循。在给自己的文章定位时,以下几点值得我们注意。

(一)记叙与非记叙 记叙文一般是按时间序列展开的,作者在叙述时通常使用谓语动词过去式,标志着事情曾经发生。应用文的语言不同于小说语言,要遵循真实性的原则,因此叙述的事情要基于事实。不过,在公文写作这个语域,非记叙性文字所占的比例更大。

(二)互动性与单向性

如果书面交流是双向性的,就表现出互动的特征,即有来有往或一问一答。这种交流近似于一场对话。对话的双方既要清楚表达自己,又要尽力把握对方的意图和心态。对话或许是一个回合,或许是连续几个回合。互动过程中将出现的变化和调整有时是不可预知的。相比之下,单向性的文字比较简单,作者不要求对方答复,而只是设法通过某种手段准确、完整地传递信息。

(三)抽象信息与具体信息 信息是多种多样的,但可将其归为抽象与具体两大门类。“抽象”指的是不含事例或实证的信息,而“具体”则恰好相反。举例来说:

Judy, you've proven to be indispensable again. Your work for the textbook committee has made all of our jobs easier.

可以说,第一句提供的是抽象信息,而第二句则将它具体化。在写作时常采用这种从抽象到具体的模式,先宏观,后微观。不过我们也可采用另一截然相反的模式,即先摆出若干具体实例,然后给出抽象化的结论,类似逻辑学中运用的归纳推理。

(四)客观描述与主观判断

在分析语篇结构时我们常用到两个词:事实(FACT)和观点(OPINION)。凡是属于客观现实的均归为 FACT,属于主观判断的归为 OPINION。如:

Recently, there have been a number of articles in various magazines concerning IT enterprises in China. Rather than just copying them all or writing a summary of each one for the president, you need to categorize the information according to areas of interest.

上例第一句为客观描述,而第二句是个人意见。事实与观点不可混为一谈。如果是阐述事实,要有依据,不能凭空臆想。在上例中事实用作背景来引出观点。

第三节 定稿——精雕细琢

对定稿的认识,往往存在几个偏差。不少人认为一旦收笔就大功告成,没有必要反反复复;还有部分人认为改稿就是核对检查一遍拼写和标点而已,用不着花大力气;另有人将稿件的润色或修正看做是他人的事。

其实,改稿的过程是发现的过程,也是学习提高的过程。在这里,我们提倡一个口号:给自己做编辑。

人的认识和感觉不是恒定的,一时对自己写出的文字可能很满意,但当你重新审视时,你很可能不再感到满意。有些作家和学者甚至鼓励大家将写好的文稿搁置一段时间再回头审视(getting distance),因为这样更有助于你跳出原来的定势,从而站在旁观者的角度来评判自己的作品。通过实践,不少人发现这种润稿方式果真有效。

假如你感到很难发现问题,不妨采用大声朗读的方式,将自己的作品念出来给别人听,或只给自己听,或请别人念给你听。在听的过程中你可能会有新的体验。

你的终稿和初稿相比大概已经面目全非,但这未必是坏事,因为通过你的精雕细琢,稿件的质量会步步提高,直至你满意为止。

写作者必须养成好的写作习惯,宁可千锤百炼,不能粗制滥造。

一、修改

修改稿件可以从整体和细节两大方面考虑。

从整体角度进行修改包括:

1. 审视框架(布局是否合理、首尾是否完整、分段是否适当、标题是否到位、格式是否符合要求)
2. 浏览内容(定义是否明确、意思是否详尽、说理是否充分)

从细节角度进行修改包括: