

新世界
NEW WORLD



全国高职高专院校规划教材·商务英语专业

English for Business Communication (2nd Edition)

Reference Book

外贸英语函电 (第二版)

辅导用书

徐美荣 主编



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

新世界
NEW WORLD

全国高职高专院校规划教材·商务英语专业



外贸英语函电 (第二版)

辅导用书

徐美荣 主编

对外经济贸易大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

外贸英语函电 (第2版) 辅导用书/徐美荣主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2009
ISBN 978-7-81134-550-6

I. 外… II. 徐… III. 对外贸易 - 英语 - 电报信函 - 写作 - 高等学校 - 教学参考资料 IV. H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 140616 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

**外贸英语函电 (第二版)
辅导用书**

徐美荣 主编
责任编辑: 戴 菲

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

山东省沂南县汇丰印刷有限公司印装 新华书店北京发行所发行
成品尺寸: 185mm × 260mm 13.25 印张 307 千字
2009 年 9 月北京第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-550-6
印数: 0 001 - 3 000 册 定价: 20.00 元

“新世界全国高职高专院校规划教材· 商务英语专业”编委会

顾问（按姓氏笔画为序）王学文 刘 洪

编委会主任委员（按姓氏笔画为序）

王乃彦（天津对外经济贸易职业学院）

刘长声（天津对外经济贸易职业学院）

刘玉玲（天津对外经济贸易职业学院）

孙立秋（大连职业技术学院）

汤静芳（安徽商贸职业技术学院）

陈 岩（广东科学技术职业学院）

陈桃秀（安徽国际商务职业学院外语系）

李富森（天津对外经济贸易职业学院）

房玉靖（天津对外经济贸易职业学院）

周树玲（山东外贸职业学院）

国晓立（山东外贸职业学院）

徐美荣（大连职业技术学院）

编委会委员（按姓氏笔画为序）

丁 峰 马国志 马素珍 马娟娟 尤 璐

孙爱民 刘 媛 陈子扬 李月美 陈丽萍

张 怡 陈泳帆 李海峰 陈素萍 郑 敏

姜 丽 钟晓菁 封海燕 姚 颖 宦 宁

郭纪玲 秦亚娟 秦 君 高美毅 梁 晶

出版说明

“新世界商务英语系列教材”是对外经济贸易大学出版社联合对外经济贸易大学、东北财经大学、上海财经大学、上海对外贸易学院、天津对外经济贸易职业学院、山东外贸职业学院、安徽国际商务职业学院、安徽商贸职业技术学院、大连职业技术学院和广东科学技术职业学院等院校推出的一套面向不同层次的、涵盖不同模块的商务英语系列立体化教材。本套教材面向三个层次：研究生、本科和高职高专。

研究生和本科层次的商务英语教材适用于全国各高等院校英语专业的商务英语方向或国际贸易、国际经济、国际工商管理等商科专业的学生。

高职高专层次的商务英语教材适用于全国高职高专院校英语专业的商务/应用/外贸英语方向以及国际贸易或财经类专业的学生。

根据国家教育指导思想，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——“新世界全国高职高专院校规划教材·商务英语专业”——包括《商务英语综合教程（上册）》、《商务英语综合教程（下册）》、《商务英语阅读（上册）》、《商务英语阅读（下册）》、《商务英语听说》、《商务英语口语》、《商务英语写作》、《商务英语翻译》、《外贸英语函电》、《商务谈判》、《国际商务制单》等共11册教材。作者主要来自天津对外经济贸易职业学院、山东外贸职业学院、安徽国际商务职业学院、安徽商贸职业技术学院、大连职业技术学院和广东科学技术职业学院等。他们都是本专业的“双师型”名师，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

2007年6月

Contents

Chapter One	Written Communication — An Overview	(1)
	Key to Skill Training & Exercises	(10)
Chapter Two	Establishment of Business Relations	(12)
	Letter 1 Self-introduction	(12)
	Letter 2 Transferring business relations	(15)
	Letter 3 Request for establishment of business relations	(18)
	Letter 4 The first touch	(20)
	Letter 5 Credit inquiry	(22)
	Letter 6 Favorable reply from the bank	(24)
	Letter 7 Unfavorable reply from the bank	(26)
	Key to Skill Training & Exercises	(27)
Chapter Three	Inquiries & Replies	(30)
	Letter 1 Requesting for catalogues and price lists	(30)
	Letter 2 The first inquiry	(32)
	Letter 3 General inquiry	(34)
	Letter 4 Specific inquiry	(36)
	Letter 5 Tabulated inquiry	(39)
	Key to Skill Training & Exercises	(42)
Chapter Four	Making Quotations and Offers	(45)
	Letter 1 A reply to the general inquiry	(46)
	Letter 2 A reply to the specific inquiry	(47)
	Letter 3 Asking for pro forma invoice	(54)
	Letter 4 A tabulated quotation	(56)
	Letter 5 Making free offers	(58)
	Key to Skill Training & Exercises	(62)
Chapter Five	Making Counteroffers & Declining Orders	(65)
	Letter 1 Making a counteroffer	(66)

Letter 2	A reply to the counteroffer	(69)
Letter 3	Acceptance of a counter counteroffer	(72)
Letter 4	Declining the counteroffer	(74)
Letter 5	Declining orders	(76)
Letter 6	Declining a duplicate order	(78)
Key to Skill Training & Exercises		(80)
Chapter Six Acceptance and Orders		(82)
Letter 1	An initial order	(83)
Letter 2	Acknowledgement of an order	(86)
Letter 3	Placing a repeat order (A tabulater repeat order)	(90)
Letter 4	Sending a S/C with counter-signature	(92)
Letter 5	A reply from the seller	(94)
Key to Skill Training & Exercises		(102)
Chapter Seven Terms of Payment		(105)
Letter 1	Asking for payment by term L/C	(107)
Letter 2	Asking for easier payment	(110)
Letter 3	Declining term L/C	(111)
Letter 4	Asking for payment by D/A	(113)
Letter 5	Declining D/A payment	(114)
Letter 6	Asking for direct payment by the buyer	(115)
Letter 7	Agreeing to the proposal for direct payment	(117)
Key to Skill Training & Exercises		(118)
Chapter Eight Letter of Credit		(121)
Letter 1	Urging establishment of an L/C	(123)
Letter 2	Advising of the establishment of an L/C	(126)
Letter 3	Asking for extension of the L/C	(128)
Letter 4	Asking for amendment to the L/C	(130)
Letter 5	Asking for amendment to the L/C	(135)
Key to Skill Training & Exercises		(136)
Chapter Nine Packing and Shipment		(140)
Letter 1	Shipping marks	(142)
Letter 2	Shipping instruction	(143)
Letter 3	Shipping advice	(146)
Letter 4	Urging shipment	(148)

Letter 5	Asking for parial shipment	(150)
Letter 6	Inquiry for container shipping service	(152)
	Key to Skill Training & Exercises	(154)
Chapter Ten	Insurance	(156)
Letter 1	Taking out an open policy	(156)
Letter 2	Effecting insurance for the buyer	(160)
Letter 3	Asking the recipient to cancel breakage risk	(163)
Letter 4	Insurance company writes to the insurer	(164)
Letter 5	Asking to cover insurance	(165)
Letter 6	Arranging insurance	(166)
	Key to Skill Training & Exercises	(167)
Chapter Eleven	Complaints and Claims	(169)
Letter 1	Complaint of improper packing	(170)
Letter 2	Settlement for improper packing	(173)
Letter 3	Complaint for delayed shipment	(175)
Letter 4	Settlement of the delay	(176)
Letter 5	Claim for short weight	(178)
Letter 6	Settlement of the claim	(181)
Letter 7	Declining the claim	(183)
	Key to Skill Training & Exercises	(184)
Chapter Twelve	Agency	(186)
Letter 1	Applications for sole agency	(187)
Letter 2	Manufacturer's reply	(190)
Letter 3	Offering to act as buying agents for importer	(191)
Letter 4	Manufactuer's confirmation of agency terms	(192)
	Key to Skill Training & Exercises	(195)
Chapter Thirteen	E-Mails	(197)
	Key to Skill Training & Exercises	(199)

Chapter One

Written Communication — An Overview

1. Definition

There are many modern communication methods available today, but the traditional business letter remains an important means of sending printed messages. As the business letter acts as an ambassador for the company, it is vital that it gives a good first impression. In this respect, it is good business practice to ensure good quality stationery and printing of the letterheaded paper. The business letter also conveys an impression of the company in many other ways.

Business correspondence refers to letters, telegrams, telexes and faxes exchanged in both foreign trade and domestic trade.

2. Purpose

The purpose of this course is to help you learn how to write good business letters, cables, telexes and faxes by using up-to-date expressions and the simplest possible language.

3. Features

- (1) Business communication has its unique language style and special vocabulary.
- (2) Business communication is full of business terminologies and abbreviations.
- (3) There is a close relationship between business communication and international trade.

Parts of a business letter

A. The Standard Parts

A standard business letter consists of seven parts: 1 – 1 letterhead, 1 – 2 inside address, 1 – 3 date, 1 – 4 salutation, 1 – 5 body of the letter, 1 – 6 complimentary close, and 1 – 7

signature.

所谓必需部分就是一封商业书信必不可少的组成部分。一封商业书信缺了其中任何一项,就不能成为一封格式完整的信;同时,这些项目也是普通英文社交书信的组成部分。

1-1 Letterhead 信头

It includes the essential particulars about the writer — his name, postal address and zip-code, telephone and facsimile numbers.

顾名思义,信头指位于一封信开头,即位于信纸顶端的那部分。

信头分为事先印刷好的和写信时临时打上或写上的两种。事先印刷好的信头,一般都采用通栏标题式,即信头的长度与信纸的宽度相同;而临时打上或写上的信头一般位于信纸的右上角,其宽度不超过信纸宽度的一半。

一个信头由两部分构成:写信人的单位名称和写信人的地址(包括邮编)。除此之外,还可以加上电话号码、传真号码、电子信箱地址以便于收信人选择答复的方式。有的信头还印上公司的业务范围、服务宗旨、创办日期、注册商标、总经理姓名等内容,甚至还有印上展示公司特色的图片如办公大楼、产品等等。

信头的作用有三个:

(一) 它使收信人一眼就可以看清来信人的名称地址,从而使读信人在读信之前有一个心理准备,特别是在初次打交道时更是如此;

(二) 信头便于收信人在回信时抄写地址。如果没有信头,回信时就得查阅地址簿、通讯录或查看来信的信封,很不方便,况且信封还容易丢失;有了信头就比较保险。

(三) 信头还起到广告的作用。例如上面所说的包括公司业务范围、注册商标等内容的信头。就是没有这些内容的信头,也往往会印上一个公司的徽章或用美术字体拼写的名称,可以使人一看到这个徽章或字体就会想到该公司以及同该公司发生的业务联系,因而也具有广告作用。

写信头要注意的事项:地址的排列应由小到大。

1-2 Date 日期

The date should be placed two or four spaces below the letterhead to the right for indented style or the left for the blocked style. The date should be written in full and not abbreviated. The preferred order of the parts that make up the date is: the date, the month, the year.

日期一般位于信纸的右边或中间偏右,与信头之间的距离为2~3行。日期的写法比较流行的是日、月、年。

1-3 Inside Address 封内地址

It consists of the correspondent's name and address. It appears exactly the same way as on the envelope. It should be placed two spaces below the date.

封内地址就是把信封上的收信人姓名、地址原封不动地抄写在信纸的左上部。有的同学也许会问既然信封已有了收信人的姓名地址,为什么在信纸上还要抄一遍呢?再说这个姓名地址邮局和投递员都看不到,岂不是多此一举吗?其实,封内地址至少有以下几个好处:① 发信时可以同信封上的地址相对照,以免张冠李戴,把写给A公司的信装入了

给 B 公司的信封里;同样,收信人在拆信时也可以把封内地址与信封地址核对一下,如果不符,就知道弄错了及时退回,并了解到由此影响到给自己公司的信被耽误了,可以采取相应的措施。② 有了封内地址,在信封磨损,信纸脱落的情况下;或在信封地址被污染而看不清时,信也有可能送到收信人手中。③ 有时重要信件都留有副本,有了封内地址,发信人不管隔多久都可以知道这封信寄到什么地方了,以便于归档存查。④ 对收信人来说,有了封内地址,即使把信封处理掉了,信件仍可保持完整,便于查阅。这样看来,打出封内地址并不是一种简单的重复劳动,实际上很有必要。另外,现在国际上流行天窗式的封内地址,即在信封上用玻璃纸糊上,叠信时将封内地址朝外,这样从天窗就可以看到收信人的地址了,也就不用在信封上再写收信人的地址了,既省事省时又不会出差错。写封内地址的注意事项:一般封内地址只有公司名称没有具体收信人名字,这里有两个原因①属于初次交往,不知对方姓名当然也就无法写②即使知道对方经办人的姓名但为防止由于这个人出差或其他事情暂时离开而不能及时处理来信,也只写出公司名称,这样别人可以代办以便酌情处理。但如果信是专门写给某人的,如总经理就应写上他的职务,人名单独成一行,位于公司名称之上。封内地址永远位于信纸的左上方,日期的下端两到三行的间距。

1-4 Salutation 称呼

The salutation is the polite greetings with which a letter begins. The customary formal greeting in a business letter is “Dear Sir” or “Gentlemen”. It should be placed two spaces below the inside address.

写信人对收信人的称呼。它的位置在封内地址下面的两行,并与封内地址平头。写称呼要注意① 公司对公司,单位对单位可以用 Dear Sirs, Gentlemen; 中文译为“敬启者”“敬启者”。② 如果信是专门写给某一个人的,该用什么称呼呢? 如果对方是男性,可以用 Dear Sir。如果对方是女性,可以用 Dear Madam, 这对已婚未婚都适合。如果同对方有私交或很熟悉,则可以写出姓名,如 Dear Mr. Bush, Dear Miss Smith。要注意的是这个词在此只是客套用语并没有什么特殊的意义。

1-5 Body of the Letter 信的正文

This part contains the actual message of the letter.

信的正文是信的主体。写信人的意思都在这部分表达,其他的部分只是为这部分服务。在开场白中所说的外贸函电的三个特点都体现在这部分里,是我们今后上课的重点。

1-6 Complimentary Close 客套结束礼词

The complimentary close is mere a polite way of ending a letter. It should match the form of salutation. The most commonly sets of salutation and complimentary close are:

Formal:

Dear Sir, Yours faithfully,

Gentlemen: Yours truly,

客套结束礼词也是一种客套话,相当于中文信结尾的“谨上”“谨呈”。它一般位于信的正文之下,略偏右下方。写结束礼词应注意三点:一要注意结束礼词和称呼的匹配,原则上 Yours faithfully, “=” Dear Sirs, Truly yours, “=” Gentlemen; ;二要注意这两个单词

的位置可互换,但只有第一个单词的第一个字母大写,而且后面一定要用逗号;三要注意的是,当下级给上级、子公司给总公司、厂矿企业给银行写信时要使用的客套结束礼词是“Yours respectfully,”。

1-7 Signature 签名

A letter should be signed by hand, and in ink. Because many hand-written signatures are illegible, the name of the signer is usually typed below the signature and followed by his job title or position.

签名一般在客套结束礼词的下端,间距约两到三行。首先应用大写字母写出公司的名称,然后是法人手写签名。要求字迹清晰、工整,易于辨认,避免潦草,不可图方便而只加盖图章,这样做是很不严肃的。签名的下面还要用打字机打出法人的姓名和职务。如果信件是由负责人口授,由秘书或速记人员打印的,可以在签名前用“P. P”或“for”来表明是授权来写此信的。

B. Optional Parts 可供选择部分

The optional parts of a letter are 1-8 References, 1-9 Special Markings, 1-10 Subject Line, 1-11 Enclosure, 1-12 Carbon Copy Notation. These parts may be chosen or not as the writer wishes.

1-8 References 收发文编号

In the past, the references may include a file number, departmental code or the initials of the signer of the writer. They are marked “Our Ref.”(发文号)“Your Ref.”(收文号) to avoid confusion. They may be placed immediately below the letterhead. But today this is rarely the case, because with modern word processors and printers, it is difficult to line up the printing in forunation on such pre-printed stationary. Instead, the typist normally inserts the reference on a line its own.

这一项是写信人为了便于归档分类而编的号。加上这一项就成为信头的一部分。有不少公司的信头上已印上 Our Ref. No. 和 Your Ref. No. 的字样,Our Ref. No 是发文号,Your Ref. No 是收文号或来文号。号码的编制各公司都有自己的规则,但对方来信时的发文号,我们在回信时要写在来文号中,例如在对方来信中 Our Ref. No. 1234,那么我们在复信时要把 1234 抄在 Your Ref. No. 1234。这是过去的做法。今天人们已不再这样做了,因为现代化的文字处理机和打印机的使用,要把这些排列到印制好的信纸上,是一件比较困难的事情。当今的参考编号主要包括写信人姓名的首字母和打字员姓名的首字母以及档案号或部门号码。

1-9 Special Markings 特殊标志

It generally followed the inside address. If a letter is confidential it is usual to include this as part of the inside address, one clear ling space above it. This may be typed in upper case or in initial capitals with underscore.

这里姓名只是一个笼统的说法。因为有时这里只写一个职务名称,如 Export Manager 或只写一个部门的名称如 Export Department,并不一定就写上某一个人的姓名。

一封信加上特殊标志这一项,目的是避免不应有的耽搁和误会。一个公司的收发人员见到 **special markings** 之后,会直接把信交给经办人或经办部门,从而减少不必要的周折。那么,在经办人中为什么不写经办人姓名而只写职务或部门名称呢?原因之一就是写信人有时并不知道具体负责人的姓名,当然只好写上职务的名称,希望由担任这一职务的人来处理此信及有关事宜;有时写信人对是否有这一职务也没有把握,就干脆直接写上部门的名称。原因之二,有时写信人虽然知道经办人姓名,但恐怕该人出差或其他情况暂时不在公司,而信又比较急,不容耽搁,于是写信人不写经办人姓名而只写部门名称,这样即使经办人不在,他的同事也可代为处理。经办人姓名属于封内址中的一部分,但打字时要和封内址隔两行。但有一种情况下,经办人姓名是不能采用的,如果封内址的第一行不是公司名称而是一个具体的收信人的姓名或没有收信人姓名却有收信人的职务名称,那么经办人姓名这一项就不用加了。

1-10 Subject Line 标题,主体,事由

The subject line is a brief indication of the content of the letter. It is often inserted between the salutation and the body of the letter to invite attention to the topic the letter.

顾名思义就是一个标题的作用。目的是为了使信件得到及时处理。因为收信人一看便知道该由哪个部门哪个人来办理。在业务量繁忙的大公司,这样做可以节省不少时间;另外,有了这一项便于收信人分检、归档和查阅。

加上这一项,可以把它看作信的正文的一部分,与正文平行,称呼的下端,两行行距。

1-11 Carbon Copy Notation 抄送

When a copy of a letter is to be sent to a third party this may be indicated by typing "cc" (copy circulated or courtesy copy) or "Copy" followed the signature at the left margin. If there are two or more copy recipients, it is usual to show these in alphabetical order.

有时候,信的内容涉及到不只一个公司,写信人希望这些当事者都应该知道此信的内容,就可采用抄送的办法:即写好信后复印所需份数,分别寄给有关公司,写信人写信时用 c. c. 注明这封信还抄送给了哪些公司和个人,使收信人心中有数。Carbon Copy Notation 一般缩写为 c. c. 或 ccto 也可用 XC (xerox) 静电复印;如果写信人不想让别人知道此信抄送的具体单位,可以在前面加上 BCC: (blind carbon copy)。

1-12 Enclosure 附件

Two line-spacing between the carbon copy notation the writer may indicate one or more enclosures in the letter. There are many different methods of indicating that an enclosure is being sent along with a letter:

Enclosure:

Enclosures

Enclosures 2

Encl.

Encls. 2

As Stated

Enc. 2

如果一封信除了有正文之外,还包括一些别的东西,如照片、单据、报价单等就应当使用附件这一项加以说明。它的作用:对于发信人而言,可以提醒他在把信装入信封之前对照检查一下附件是否已装入,或是否有遗漏;对收信人而言,他根据附件一项的提示,核对一下附件是否附上,名称、数量是否正确。

附件的位置一般位于信纸的左下角。使用附件要注意的事项:① 一个附件是自成一体的一件物品。一张发票是一个附件,两张发票是两个附件,而一本十几页的产品目录也只算一个附件;② 有两个以上的附件就要注明附件的数量。附件可缩写为 Encl. 也可写成 Enc., 区别在于如果写 Encl. 附件是两个时要写成 Encls. 2, 而缩写为 Enc., 只需在缩写字母后面加上数字,即 Enc. 2;③ 附件如果比较重要,应列出附件表或明细;④ 如果信的正文已提到随信附上发票一张,那么在附件这一项就要注明 As stated(如信中所述)。

4. Format of A Business Letter 格式

格式是指信的结构是如何排列在信纸上的。

习惯的格式大体可分四种:

- (1) 平头式(齐头式) blocked style/完全平头式 fully blocked style
- (2) 缩行式 indented style
- (3) 改良平头式 modified blocked style
- (4) 混合式 Semi-blocked style with indented paragraphs

所谓缩行式仅指信的正文而言。其他部分与平头式相同。缩行式要求每一段落开始时往里缩进 5 个字母左右。

- (1) 完全平头式 fully blocked style——信的所有项目一律向左书写边缘看齐。

其特点:每一行字都从左边空白边缘处打印或书写;除了信的正文外,其余部分都采用开放式标点。

每一行字都从左边空白边缘处打起,因此信件比较整齐划一。这里涉及到两个问题,一个是信头,另一个是空白边缘的宽度。信头有两种情况,一是事先印制好的信头,这就无需考虑如何安排信头。另一种是用空白信纸时,要求写信人自己来写,而且要按完全平头式的格式来写,每一行都从左边书写边缘处开始。关于空白边缘的宽度,一般为 2.5 厘米左右,但可以根据信纸的宽窄、信的内容的长短来调整。特点二是除了信的正文外,信的其余部分都采用开放式标点。这里有两个问题要注意:第一点,信的正文仍要按正常规范使用标点符号,另一点是所谓的开放式标点即 open punctuation 是相对封闭式 closed punctuation 而言的。这两者的主要区别在于用封闭式标点符号时,信的每一部分都要用标点符号来表示,例如在抬头的后面要用逗号或冒号,结束礼词后面要用逗号等。封闭式标点比较典型的用法表现在封内地址上,即封内地址的每一行都用逗号结尾,而在最后一行末尾用句号结束。

开放式标点则尽量少用标点符号,只要不引起误解或产生歧义,就不用标点。

采用完全平头式时,行距为单行距(single space between lines)。段距为双行距(double space between paragraphs)。

完全平头式显得整齐划一,省时省事。在日益繁忙的商界,这种省时省事的方式颇受

欢迎;但它也有美中不足之处,即所有项目都集中在左边,而右边往往剩余很多空白处,使整个布局显得不太平衡。

(2) 缩行式 indented style

封内地址和其需要分行的地方的后一行,都比前一行缩进二或三字格;信的正文中每一段的开始一行都缩进若干字格。

(3) 改良平头式 modified blocked style

把完全平头式中的一些项目(日期,结束礼词,签名等)从左边移到了右边,从而使全局的配置显得比较协调。这样做虽然费点事,但可以使信件更加美观,所以不少公司都采用这种格式。

改良平头式与完全平头式的区别在于改良平头式把一些项目从左边移到了右边,但它仍保持了平头式的特色,也就是说不管是在左边还是右边,任何一部分都不采用缩行或阶梯式的打印方法。

(4) 混合式 Semi-blocked style with indented paragraphs

封内地址和其需要分行的部分,采用平头式,而信的正文每一段的开始一行都采用缩行式。

其实它是平头式与缩行式的结合。缩行式的特点是封内址及其他需要分行打字的部分,后一行都比前一行缩进两三个字格。混合式则保留了缩行式正文的格式,而把其他部分换成了改良平头式。换言之,混合式与改良平头式只有一点不同,那就是混合式的正文部分,每一段的第一行都要缩进若干字格,一般要与抬头最末尾一个字母或其后的标点垂直,有的甚至还要往后退1-2个字格。

以上各种格式,仅供参考。一般可根据个人爱好、或公司的喜好而任选一种。有关学者对信的格式作了一次调查。被调查的1250家大公司中,对收到的1214封信回复时,只有9封采用缩行式,47封采用完全平头式,399封采用改良平头式,759封采用混合式。

如果你在给外商回信时,一时拿不准该采用什么格式或担心记不住某种信的要领,可以把外商的来信作为样例参考。一般来说,外商采用的格式也就是该公司偏爱的格式,你用同一种格式给他回信,可以说是礼尚往来,没什么不妥。这种办法既免去了选择格式的费心,又勿需担心打错或漏打格式中的某些项目。

除了信的结构和格式外,在打印信件时还要注意以下问题:①打印好的信件,应当整洁、美观,不要涂抹,也不要带上油墨;②上下左右一定要留足空间,右边移行时要注意音节的完整,单音节的词不可以移行;③信的正文是全信布局的关键,位置一定要适中。如果一页打不下而要移页时,切不可只把结束礼词和签名放到第二页上。

打印完信件后,还应作如下检查:①词的拼写是否正确?标点符号使用是否得当?②内容是否完整、准确?数据、资料是否可靠?③收信人读完信后,能否正确理解写信人的意图?④如果把你自已换成收信人,读了信后能否产生预期的效果?⑤信的附件数、名称是否符合附件一项的说明?⑥封内地址和信封的地址是否吻合?如果这些问题在检查后得到的答案是肯定的,那么这封信就可以发出去。当然,还有邮票的问题也不容忽视。

5. Addressing Envelopes 信封的草拟

信封的草拟要保持正确、清晰、美观。具体注意事项如下:

(1) 收信人的姓名地址应写在信封的下半部偏右的位置上,(约占用信封右下四分之一的位置。可用平头式或缩行式,一般以平头式更为整齐、紧凑。

(2) 发信人的名称地址通常印刷在信封的左上角,也有的企业印在左下角。如没有事先印妥的信封时,那么就在上述的位置写上发信人的名称地址。

(3) 信封的右上角为贴邮票的位置,

(4) 信封的左下角可留作附注,如“航空”(Par Avion / By Air),“挂号”(Registered),“机密”(confidential)等。

(5) 有时信封上收信人部分可看到 C/O 字样,即 care of / in care of (请某某转交)。例如我们想给 G. Bush 写信,但不知道他的具体地址,就可以请美国现任总统转交,怎么写呢?先写上 Mr G. Bush,表明是写给他的,应由其本人拆封,然后另起一行,写上 C/O President B. OBAMA,表明这封信是由 President B. OBAMA 转交 Mr G. Bush。请注意由 A C/O B,即由 B 转交 A。这一点很重要,以免造成误会。

(6) 我们常常看到外国公司名称的前面有这样一个词 Messrs(先生们)。它来自法语,用于以姓氏或姓名命名的公司或商号的前面。如 Messrs. C. John & Company,这个公司至少是两个人,且必须都是男性。Messrs. 仅限于写地址时用,不可用于称呼;如果一个公司的名称中有姓名,但它是一个股份有限公司,一般不用 Messrs.,其名称应为 C. John & Company Limited.。

6. Business Letter-writing

6-1 Business Letter-writing is an essential part of business.

无论是采用电报电传还是传真等手段去进行业务联系,都离不开写信这个基本功,所以我们说书信的撰写是商业活动中的一个必要组成部分。

6-2 The letter is often an evidence of an arrangement or a contract, and must therefore be written with care.

商业书信往往是进行某种安排或签订订单、合同的依据,因此必须谨慎撰写。

6-3 The aim of letter is to secure the interest of the reader and his cooperation.

写信的目的是要引起读信人的兴趣并要取得他的合作。

6-4 The motto in business letter-writing is: remember 7C's.

• Consideration

Prepare every message with the reader in mind and try to put yourself into his place.

设身处地的为收信人着想,并把可能出现的问题都考虑进去。

• Courtesy

It is not mere politeness. The courteous writer should be sincere and tactful, thoughtful and appreciative.

礼貌是商场上的锐利武器之一,写信而不注意礼貌,犹如打仗时没有子弹。俗话说

“礼多人不怪”，恰当地运用礼貌词语并不影响行文的简洁，而且有助于赢得读信人的好感。及时回信也是礼貌的表现，反之无故拖延是不礼貌的。

- **Clarity**

The writer must try to express himself clearly so that the reader will understand. To achieve this, he should keep in mind the purpose of his letter and use appropriate words in correct sentence structure and convey his meaning.

语言表达清楚，避免读信人产生误解。牢记写信宗旨，根据已确定的目的，运用恰如其分的词语、正确的时态和结构来表达。打字、手写也要清楚、美观、整洁。

- **Conciseness**

Conciseness means saying things in the fewest possible words. To achieve this, try to avoid wordiness or redundancy.

商场如战场，人们都不愿意用太多的时间去读冗长的信，而简洁扼要又不失礼貌是最受欢迎的。

- **Concreteness**

Concreteness means making the message specific, definite and vivid.

该具体时就不要笼统含糊，应该让收信人得到准确的信息，但要灵活掌握。做生意贵在争取时间，询问不具体，必然导致收信人的进一步询问，贻误自己的时间。

- **Completeness**

A business communication should include all the necessary information. It is essential to check the message carefully before it is sent out.

信的内容要完整，结构要完整。

- **Correctness**

Correctness means appropriate and grammatically correct language, factual information and accurate reliable figures (such as names of article, specifications, quantity, price and units, etc.)

这是至关重要的一点。一封信中传达的信息如果不正确，那么前面所说的六点做的再好也只是前功尽弃。除了内容正确外，语法也要正确，使用的商业术语、信的组织结构、标点符号、字母的大小写也要正确，还要保证数字、日期、地点、商品名称等的正确。

7.4 Point Plan

Many communications are short and routine. You can write or dictate them without any special thinking or preparation. However, documents that are not so routine need more thought and careful planning.

7-1 Opening of your letter

The first paragraph will start the reason for communication.

7-2 Central section of your letter

This main part of the message gives all the information that the recipient needs to know.

7-3 Conclusion of your letter