

图书在版编目 (CIP) 数据

涉外文书规范写作/曾富蓉, 黄大勇主编. —重庆: 重庆出版社, 2002.9

(21 世纪现代应用文写作丛书/任群主编)

ISBN 7-5366-5962-8

I. 涉... II. ①曾... ②黄... III. 应用文—写作 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 055715 号

· 21 世纪现代应用文写作丛书 ·

 涉外文书规范写作

曾富蓉 黄大勇 主编

责任编辑 赖云琪

封面设计 向 洋

技术设计 张 进

重庆出版社出版、发行

(重庆长江二路 205 号)

新华书店经销

重庆出版社信息技术制作部排版

四川外语学院印刷厂 印刷

开本 850×1168 1/32 印张 9.125

字数 208 千 插页 2

2002 年 9 月第 1 版

2002 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

印数 1—4 000

ISBN 7-5366-5962-8/H· 117

定价: 14.00 元

主 編：曾富蓉 黄大勇

撰稿者：(依行文顺序)

黄大勇 李晓婉 张 毅 陈晓莉
林正伟 冯京平 曾富蓉 李国成

丛 书 序

时间老人已跨过 2000 年的门槛,进入了 21 世纪。

新世纪展现在我们面前的,是一个以高科技为推动力的知识经济时代。由于生产力的飞速发展和社会的不断进步,知识的半衰期越来越短,人们对新知识的渴求越来越迫切。应用文体写作领域也不例外。

现代应用文是党政机关、社会团体、企事业单位和普通公民交流信息、办理公务、搞活经济、协调关系等不可缺少的书面交际工具。作为一种广泛使用的文体,它与社会的发展进步息息相关,与人们的工作、生活联系亦十分密切。随着知识经济时代的到来和改革开放的不断深入,各项工作对应用文体写作提出了更高的要求,一些新的文种亦应运而生。在这种情况下,广大应用文写作人员,一方面迫切地感到需要充实自己,适应客观,掌握并提高自己的应用写作能力;另一方面,往往又没有足够的时间和精力去研究应用文的写作技巧及规律。有鉴于此,我们组织力量,广泛收集,择其精萃,编写了这套《21 世纪现代应用文写作丛书》,以满足文秘人员和广大读者工作中的需要。

《21 世纪现代应用文写作丛书》共分六册,分别为《公文与事务文书规范写作》、《经济与管理文书规范写作》、《科技与教育文





书规范写作》、《公关与礼仪文书规范写作》、《法律文书规范写作》、《涉外文书规范写作》。这套丛书,总共编入 300 多个常用文种,涵盖了各行各业和社会工作、生活的各个方面,内容丰富、新颖,体例科学、独特,表述通俗易懂。对每一文种的介绍,都从“写作概述”、“写作方法”、“例文”、“例文评析”四个方面详细进行讲解,既有理论概述,又有具体写作方法导写和例文借鉴、评析。这种融理论知识与写作技巧为一体的体例,适合人们的思维习惯,方便读者阅读、学习、理解和借鉴。读者只要结合工作和写作实际,认真阅读,善加运用,即可不断提高自己对各类文种的理解能力和写作能力。

《21 世纪现代应用文写作丛书》,是众多专家、学者和文秘实际工作者共同合作的产物,是作者们长期从事科研活动和写作实践的结晶,是在新世纪到来之际对社会的一份奉献。这是一套充满启示和有用的丛书,希望读者能够接纳它、喜欢它。

本套丛书在编写过程中,参阅了一些专著和报刊文章,选入了一些例文,因篇幅所限未能一一列出。在此,我们谨向作者致以诚挚的谢意。

《21 世纪现代应用文写作丛书》编委会

2002 年 1 月

导 言

随着时代迅速跨入崭新的 21 世纪,在改革开放 20 余年各行各业取得辉煌成就的今天,我国在国际上的威望和作用日渐显著,世界经济一体化的形势促使我们必须加大国际交流。在这纷繁复杂的交往中,涉外文书的应用和写作尤显重要,为给各行业、各系统、各部门在涉外交往中提供方便,我们编写了《涉外文书规范写作》一书。

该书内容,因其涉外,规范要求高,编写者尽其所能,并吸纳了当前有关应用文写作的最新经验和成果,不失为一本极具参考和实用价值的好书。

该书分经济类涉外文书、诉讼类涉外文书、公证类涉外文书、旅行类涉外文书、外交类涉外文书五大类,各类中又分若干品种,如“外交类……”即有国书、照会、备忘录、条约等。

该书是在重庆市秘书学会的通盘统筹和具体策划下编写的,自始至终得到了丛书总编任群老师、郑敬东老师和出版社文史编室同志的关照和指导,在该书付梓之际,谨向他们表示深深的谢意,该书由重庆外国语学校曾富蓉校长和重庆工商大学黄大勇主任任主编,参加撰稿的依次是:经济类涉外文书:黄大勇、李小婉、张毅、陈晓莉;诉讼、公证、旅行类涉外文书:林正伟、冯京平;外交





类涉外文书:曾富蓉、李国成,该书能正式出版,应该感谢他们付出的辛勤的劳动。

由于工作的忙碌、资料的不全和水平的限制、该书定有不少缺点甚至错误,诚望各界朋友批评指正,就像我们当初编写这本书的目的的一样。

编者

2001年6月

目 录

丛书序	(1)
导 言	(1)

經濟類涉外文書

一、国际经贸调研报告	(1)
二、国际市场调研报告	(11)
三、国际商品调研报告	(16)
四、涉外招标文件	(24)
五、涉外招标通告	(36)
六、涉外投标申请书	(40)
七、涉外投标保证金	(44)
八、补偿贸易合同书	(46)
九、中外合资经营合同书	(52)
十、国际租赁合同书	(65)
十一、国际劳务供应合同书	(73)
十二、国际货物买卖合同书	(87)





十三、加工装配贸易协议书·····	(94)
十四、中外买方信贷合同书·····	(99)
十五、国际贸易委托代理合同·····	(112)
十六、中外合资项目意向书·····	(118)
十七、中外合资项目建议书·····	(124)
十八、涉外项目可行性研究报告·····	(131)
十九、中外合资合作企业章程·····	(145)
二十、中外合资企业说明书·····	(158)
二十一、涉外商品广告·····	(162)
二十二、涉外企业公关广告·····	(174)
二十三、涉外建立贸易关系函·····	(180)
二十四、推销商品函·····	(183)
二十五、邀请函·····	(185)
二十六、涉外订货(洽谈、博览、展览)会邀请书·····	(187)
二十七、询价函·····	(190)
二十八、报价函·····	(192)
二十九、索取样品函·····	(194)
三十、订购函·····	(196)
三十一、索赔函·····	(199)
三十二、涉外商贸洽谈纪要·····	(201)
三十三、售货确认书·····	(205)
三十四、涉外经济谈判备忘录·····	(207)

訴訟、仲裁類涉外文書

一、财产保全申请书·····	(210)
二、申请执行书·····	(214)

三、涉外仲裁协议书·····	(218)
四、涉外仲裁申请书·····	(221)
五、涉外仲裁答辩书·····	(226)
六、申请撤销案件书·····	(230)
七、涉外仲裁裁决书·····	(233)

公證類涉外文書

一、涉外公证申请书·····	(237)
二、涉外公证书·····	(240)

旅行類涉外文書

一、护照及出境申请书·····	(243)
二、签证及签证申请书·····	(245)
三、经济担保书·····	(250)

外交類涉外文書

一、国书·····	(253)
二、照会·····	(259)
三、备忘录·····	(268)
四、条约·····	(273)



经济类涉外文书

一、國際經貿調研報告

(一) 寫作概述

1. 國際經貿調研報告的概念

國際經貿調研是國際經貿部門在制定決策的過程中,運用市場學理論和方法,對某一具體對象進行特定內容和目的的調查研究,從而了解情況,預測未來,進而作出相應決策。目的是與某國建立或發展商務貿易關係,以便在國際商務中選擇有利的國際市場。

國際經貿調研報告,是對某一國家或地區以經濟貿易為主要內容,進行廣泛的,綜合的調查研究後,將調查的結果,經過分析、研究,寫出的書面材料,又稱國際經貿調研文書。

2. 國際經貿調研報告的作用

(1) 決策的依據作用。國際經貿調研報告是科學預測的前提條件和重要手段。通過調研,可以了解世界經濟、國際市場發展、變化的特點和趨勢,為國際經貿部門作出經營決策和制定具體措施提供參考依據。

(2) 改善管理的作用。經貿調研是適應於企業管理實踐活動





的需要而产生的。它是提高经营管理水平的重要条件,也是经营管理的重要环节。在调研的基础上作出预测,进而提出改善管理的措施,避免经营中的盲目性,提高预见性,争取最佳效益。

(3)促销作用。国际经贸市场情况错综复杂,瞬息万变。不同国家的市场,不同消费者的心理,不同时期商品的流行趋势、市场需求,甚至不同的政治、经济、文化、宗教背景,都直接影响着国际商务工作。做好经贸调研,可以即时掌握各种情况,即时调整商品结构,完善出口计划,加强国际经贸联系,健全商务网络。

(二)写作方法

标题 国际经贸调研报告的标题一般由调研对象名称、调研内容和文种名称(有时可省略)构成。

例:1.关于加拿大经济形势与对外贸易政策的调查

2.印尼经济的回顾与展望

正文 (1)前言。点明调查时间、地点、对象或介绍文章重要内容,全文中心,有时也可省去前言,直接进入主体部分。

(2)主体。主体部分主要是具体介绍某国情况。

①政治经济情况。包括该国政治制度、对外政策、对外关系、尤其是对我国的态度;经济形势、资源环境、工农业生产、财政金融、失业情况等。

②对外贸易情况。包括进出口贸易额、进出口商品结构、贸易对象、国际收支、支付能力、对外贸易政策措施、对外管制、外汇管制、关税、商检以及与我国的贸易关系等。

③其他情况。主要有自然条件、交通运输、人口、风俗习惯、宗教等。

上述三个方面的内容,可根据调查目的的需要选择介绍,并不强调面面俱到。

(3)预测。预测是国际经贸调研报告的重要内容,它是在上述情况的基础上,对某国政治、经济、贸易、市场等发展变化趋势作出科学预测,以便于决策部门制定相应的方针、政策或采取有效措施。

(4)建议(或代替文章结尾)。即建立联系,开拓市场,扩大出口或改变经营策略的意见、建议或措施。

(三)例 文

约旦市场的特点及开拓该市场的建议

随着市场多元化战略的实施,中国与中东地区的贸易亦逐年迅速增长,中东地区的贸易市场在中国外贸中越来越占有重要的地位。1985年,中国与中东地区的贸易额仅为17亿美元,到1992年,已增长到30亿美元,贸易额每年以15%的速度增长。

近年来,随着国际政治、经济局势的变化,特别是中东地区形势的重大转变,中东地区的政治、经济格局亦随之发生了巨大的变化。中东贸易结构也由原来简单的格局向多元化和多极化发展。与此同时,约旦已成为中东地区除阿联酋以外的另一不可忽视的贸易市场。

(一)重新认识海湾战争后的约旦

约旦是中东地区的小国,人口少,自然资源贫乏,这使得约旦经济的发展受其本国资源的限制,对外依赖性较大。这种经济结构在海湾战争之前由于来自阿拉伯和其他国家外援以及大量的侨汇而得以维持。外援、侨汇和本国旅游业成为约旦经济的三大支柱。

海湾战争使得约旦一时陷入种种困境:外援中止,债台高筑;





侨民返国、人口剧增,负担加重;旅游业停顿,对伊工业品市场由于联合国制裁而关闭等等。约旦的政治、经济等各方面由此产生了巨大的变化。

从政治上看,在侯赛因国王领导下的约旦内阁政府,为了改变在海湾战争中由于支持伊拉克而造成的被动局面,频繁奔波于东西方之间,力图改善对外关系,改变形象,并在中东和谈中,适时地抓住时机,采取积极的态度,参与和谈,并成功地在巴以和平协议签订后迈出关键性的一步——于1994年7月25日同以色列共同发表了约以华盛顿宣言,宣告约以对立局面的结束,赢得了国际社会的支持和关注。随着和谈的进一步深入,约以和平协议将于1994年10月26日正式签字。根据约以和平协议,约以双方将全面展开经济贸易合作,并计划合作建立亚喀巴——埃拉特自由贸易区,为今后约旦的发展开辟了新的途径。在国内,近几年来,侯赛因国王进一步推行民主化进程,举行了第一次多党制选举,取得了一定的成效。

在经济上,约政府一方面成功地同伦敦俱乐部和巴黎俱乐部两大金融组织进行了重新安排债务谈判,将已到期偿付的贷款共22.4亿美元延期偿付或勾销债务;另一方面,从其他国家争取更多的援助,从而便使得约旦缓解了由海湾战争带来的严重的经济负担;与此同时,在国内继续执行紧缩政策,增税节支,采取一系列措施、政策,鼓励发展民族工业,鼓励来自各方面的投资,发展生产,使经济逐步恢复起来。海湾战争给约旦带来的损失达40亿美元。1990年,约旦外债达最高峰,为90.8亿美元;1993年,外债已减少到67.3亿美元,减少了26%。1993年,国民生产总值达48.4亿美元。1994年,约旦经济发展良好:外债减少、外汇储备增加、财政赤字减少、贸易逆差减少,国内生产总值可望增长5.5%。

除此之外,约旦侨民回国带回的资金,一部分投入建筑业,一

部分则投入中小型工业。约旦在海湾战争后,相继成立了一批中小型出口加工型企业,目标对准中东市场,出口产品不断增多。1989年,约出口总额为7.5亿美元,到1993年,出口总额达9.7亿美元,增长了29%。约以和平协议的签订为今后约、以、巴三方将进行广泛的经济贸易合作奠定了基础。与此同时,占约旦人口60%以上的巴勒斯坦人亦将在巴勒斯坦国重建过程中发挥重要的作用。贸易上,约旦积极调整消费结构,对非生活必需品实行高关税政策,控制高消费品的进口,对工业机械及工业用原材料实行低关税政策。

(二)不可忽视的约旦贸易市场

约旦贸易市场是从海湾战争后开始活跃起来的,并已逐步向地区交易中心发展,也逐渐为各国贸易界重视起来。它有以下显著特点:

1. 商人云集,以中间商居多

约旦人及巴勒斯坦人以经商闻名,在中东地区贸易界占有很重要的地位。约旦相当一部分人口从事贸易,另一部分商人在中东地区其他国家从事贸易活动。海湾战争后,从海湾地区回国侨民中大部分从事贸易活动,回约后相继将公司迁入约旦并把业务带回约旦。除此之外,由于联合国对伊拉克的封锁,约旦成为伊拉克贸易的惟一通道,除约旦商人积极通过亚喀巴转口外,许多伊拉克商人亦在约旦开公司设点,进行贸易活动。据统计,到1993年,约旦从事贸易的注册公司约达4万家。

2. 本销贸易额小,转口贸易额大是约旦贸易市场的又一特点

约旦人口少,本销市场小。因此,进口订单多、数量小,花色品种多,加之本国进口关税高,大额贸易有一定难度。

约旦市场虽小,但由于商人云集,已成为中东地区贸易成交的重要场所。很多中东地区的大公司总部都设于约旦,且大部分





公司主要经营转口贸易。因此,约旦市场亦被认为是中东地区的样品市场。

转口贸易包括两部分:除了通过亚喀巴港或约自由贸易区的“直接转口”贸易外,很大部分为间接转口,即进口商通过约旦中间商与供货方签订合同后,由进口方直接向供方开立信用证,货物直接发往进口地,约旦中间商从中获取佣金的形式。

约旦直接转口贸易目前主要是对伊拉克等周边国家的贸易。特别是在联合国对伊拉克的制裁解除以后,这一转口贸易将占重要的地位。

间接转口是约旦贸易市场重要的交易方式,虽然所成交的贸易额不能在约旦的国别数字中显示出来,但约旦中间商所起到的作用不容忽视。例如:我国多年来通过约旦的阿拉伯袍代理每年向中东地区销售约几千万美元的几十万打阿拉伯袍,而这些绝大部分销往沙特及海湾国家;很多公司相当一部分中东业务是通过约旦中间商进行的。由此来看,约旦贸易市场亦反映了整个中东地区的贸易需求情况。

3. 以进口为主,进口以消费品为主的市场

由于资源贫乏,工业基础薄弱,因此从工业用原材料到人民日常消费品绝大部分需要进口。约旦每年进口额达 30 多亿美元。据约方统计,1993 年,约旦总进口额为 34 亿美元。其中,从中国进口 7 100 万美元的产品,包括粮油、土畜产、纺织服装、化工产品、机电产品等。就整个中东地区来说,进口商品亦主要以消费品为主。

4. 以价格为中心的低价贸易市场

经济及消费结构的转变,使得中东市场由欧美高档产品向中低档商品转变,这是造成大批贸易公司转向包括中国、韩国、新加坡、香港、台湾在内的亚洲货源市场的原因。价格低的另一原因

主要是由于中间环节多和海关关税高等因素造成的。

(三)开发约旦市场的几点建议

自我国实施市场多元化战略以来,中东地区作为市场开发的又一重点,各省市外贸公司亦将开发中东市场提到议事日程上来。从中约两国的贸易往来中可以看出,两国贸易额近年来增长较快。特别是在海湾战争以后,我国向约出口总额几乎增长了一倍,且出口产品品种增多,机电产品如中小型加工机械、汽车、拖拉机、家用电器等也已开始进入约旦市场。

但同时,亦出现了不少问题,随着我国改革开放的不断深入,越来越多的外贸公司开始进入中东市场。由于我国尚缺乏一强有力的协调机制,从而出现我公司之间自相竞争,相互压价,使得我产品价格不稳定,忽高忽低,相差悬殊,严重影响了商人的积极性。有的公司商人开证后不履约,有的货物质量差,商人要求索赔事件时有发生。为此,建议国内有关公司给予一定的重视。

为了稳定开发中东市场,特提出以下几点建议:

1.充分利用中间商、代理商,加强合作,共同开发

中间商是中东贸易市场上最活跃的贸易力量。他们与当地客户以及政府各部门关系密切,在促成交易中能起到很重要的作用。

我公司在开发约旦贸易市场中,应注意发挥中间商、代理商的作用,在相互信任的基础上,加强合作,共同开发中东市场。在开发约旦贸易市场的过程中,尤其是在开始阶段,寻找一个强有力的合作伙伴是成功的关键。日本、韩国在大产品的推销过程中,均采用这种方式,取得了很大的成功。在与代理商的合作中,可从某种或某几种产品开始,创出牌子,创出信誉。

在我国,由于体制的原因,一方面外贸公司对自己经营的产品没有控制机制,为了找到价格较低的货源,很多外贸公司跨省





寻找货源;而另一方面,国内生产厂家来者不拒,致使我产品多为多家经营、多头对外。在国内,生产厂家与多家贸易公司合作,在订单多时,任意涨价,生产质量下降,甚至不履约的现象时有发生,严重影响了产品的信誉;在国外,同样品种、牌名的产品多家公司经营,而又由于成本及经营政策的不同而价格各异,使得外商竞相压价,有些公司为了出口创汇,不得不以低价成交,而有些公司同中间商签订了产品独家代理协议后,经过一番努力,刚刚打开市场,同样的产品从其他公司、其他渠道涌入,使得刚刚打开的市场引起竞争,严重打击了中间商的积极性,从而影响到某些“拳头”产品无法进一步扩大推销市场。有的公司没有贸易经验,多头联系,分别同多家约旦贸易公司签订产品独家代理协议,造成多方索赔事件。有的机电产品如我国上海生产的××牌拖拉机,在一开始销路很好,但中间商在其他公司的竞争下,失去了进一步开发的积极性,而停止进口。

因此,我公司在开发约旦贸易市场中,一定要注意发挥中间商、代理商的作用,建立自己的信誉,共同开发市场。

2. 统一协调,稳步发展

中东市场是低价市场,也是中国产品进入中东市场的一个优势。尤其是近年来,我国乡镇企业的发展,越来越多的物美价廉的产品成为出口产品的一支生力军。但如何使我各公司协调一致,应有一个可行的控制措施,使得我出口产品价格稳步增长是扩大我贸易市场的关键。

3. 改变出口产品结构,注重产品质量,提高产品档次,完善售后服务

整个中东地区是一个以消费品为主的贸易市场,在人口不增加的基础上欲扩大产品的出口量是不可能的。因此,应从产品的种类、档次上下功夫,调整出口产品结构,在保持原有的传统产品