

言语行为理论下的外贸开发信写作

薛海英

江门职业技术学院 江门 529000

摘要: 外贸开发信是国际商务合同中建立贸易关系的最重要的工具之一, 是国际贸易活动的重要组成部分。有其自身的语言特点和功能。开发写信的写作至关重要。本文对开发信中的言语行为现象进行解释, 并有针对性地提出写作策略, 让开发信在建立贸易关系的过程中发挥尽可能大的作用。

关键词: 外贸开发信; 言语行为; 写作策略

一、开发信中的言语行为现象的解释

本文以江门市城市之光灯饰工程有限公司的一封完整的开发信(为了保护隐私, 部分信息做了处理)为例, 分析信中语言的言语行为现象, 以找到相应的写作策略。

Proposed by: Win-Win Lighting Co., Ltd ①

Contacts: Tina mobile/whatsapp +86 15012345678 ②

SUBJECT: INTELLIGENT SOLAR LED STREET LIGHT ALL-IN-ONE ③

Dear Sirs,

How are you! This is Tina Xue from Win-Win Lighting Company Ltd. China, professional supplier in LED solutions and Project Management. ④ We met in Guanzhou Lighting Fair 2018. ⑤

This time, we would like to share new products with you: ⑥

ALL in ONE Intelligent LED Street Light Series

It combines:

Monocrystalline solar module, lithium batteries, bridgelux LED, sensor, controllers, 5 decorative side lines, all into one unit. ⑦

The all in one technology makes it convenient to install and maintain. It's not necessary to remove the lamp from the lamp post after installation, just open the window to repair it, which can save you a lot of labor. ⑧

本论文为江门市科技局2015年课题“五邑地区外贸合同情况调研及特点分析”和2015年广东省高等职业教育教学改革项目“珠三角地区外贸合同特点的法学和语言学双维度抽样调查研究”的成果

作者简介: 薛海英, 生于1982年, 女, 辽宁省葫芦岛市人, 汉族, 应用语言学方向, 讲师, 硕士研究生。

We specialize in exporting all kinds of LED lights, and will help you save cost in production, shipment, installation, maintenance and related cost. We stick to principals of lower price, better quality and honest operation with clients. ⑨a

If you are interested in LED lights, or if you want know more about our company, just contact me at any time.

Looking forward to your early reply. ⑨b

Best Regards,

Tina Xue Sales Executive from Win-Win Lighting Co., Ltd

Mobile/Whatsapp/Facebook/Wechat:: +86 15012345678

E-mail: win_winlighting@163.com

Tel: (0086) - 750 1234567 Fax: (0086) - 750 1234567

www.win-winlighting.com

Address: NanHua East Rd, PengJiang, Jiangmen City, GuangDong, China ⑩

1. 信头、日期和信内地址

传统的纸质版的信函一般由七个基本部分组成: 信头、日期, 信内地址、称呼、正文、结尾敬语和落款签字。现代的商务信函大部分是通过电子邮件、各外贸平台的通讯系统、通讯软件发送的, 因为系统自带时间, 发信不需要通讯地址, 所以现在的外贸函电省略了日期和信内地址这两项。

在本封信中, 虽然省略了省略了信内地址和写信人, 但是却在开头①和结尾⑩处分别写出了公司的英文名称, 在结尾处附上了公司的网址和营业执照地址, 而这一地址, 不是公司的通讯地址。对于彼此不了解的公司而言, 信任是最重要的。信任的基础是能够证明写信人的公司是真实存在的公司, 有合适的名称, 有地址, 有网址, 有电话, 有传真。通过这些信息, 写信人想表达的是“请相信我们, 不信可以查询, 可以查网址”。同时,

网址也是一种引流行为,网页上面也头公司的产品信息,也是简介的宣传行为。

大部分开发信是写信人的第一封信,与其他外贸函电也会有所区别,联系方式特别多,包括电话号码、微信、whatsapp、facebook、座机、传真、公司网址、且多次出现。写信人写开发信的最直接的目的就是期待收信人会有回应,或者回信,或者通过更直接联系方式,因为不确定收信人习惯用哪种方式,就写了很多种。通过最直接的信息表述,表达间接的言语行为,就是“请联系我们”。

2. 称呼、结尾敬语和落款签字

外贸开发信在某种程度上也是广告,但是它与广告不同,它不仅仅是一种宣传行为,因为广告面向群体是非特定的,而外贸开发性的收信方一定至少在行业上是特定的,是写信人的潜在客户,但不是唯一特定的。可能一封开发信写出来,直接发给几百家或者上千家公司。在称呼上,选择了放之四海而皆准的“Sirs”,更符合开发信的特点。

结尾敬语虽然在内容上不重要,但是礼貌上不可或缺,敬语和落款并没有向文中其他段落一样空一行隔开,共同作为信的结尾,这样的更节省空间。

3. 空行与大写的使用

这封信的整体结构清晰,各部分之间通过空一行的方式隔开,各部分内容一目了然,重点突出。读者可以选择自己感兴趣的点重点阅读。且行文整洁。照顾到了收信人的阅读感受,会让人感觉写信人细致、周到、靠谱,以后合作起来可能会合作愉快,至少没有在写信这个环节就被淘汰了。

文章的主题句③用大写强调了本信“分享”的好物的名子;⑥再一次用首字母大写的方法强调了要“分享”的产品的名称,且用大写强调了产品的特性是“ALL in ONE”。除了照顾到读者的阅读感受外,意图通过大写,强势推荐自己的新款产品,对自己产品的性能自信满满,给读者传达了很积极的感受,间接地告诉收信人,“我们的产品很好,请询盘”。

4. 正文

本信的正文部分包括了写信人介绍、产品介绍和公司优势以及自我评价。

结束了第一局的寒暄,④为正文第二句,直接介绍了写信的自然人的名字,以便日后联系。⑤向收件人交代下获得信息的渠道,在光亚展认识的,说明认识渠道靠谱,且有过一面之缘,容易获得收信人的信任。⑥宣告类言语行为,直接宣告了写信的目的,就是“分享”

一体化太阳能路灯。接着⑦就介绍了“一体化”的意思,太阳能路灯的技术和规格。自然过渡到⑧,“一体化”技术的优势。字里行间,都在告诉收信人,“相信我们,相信我们的产品,和我们合作吧”。

⑨a首先介绍公司主要从事LED灯具的出口,接着就介绍自己可以提供哪些优势服务。且表明公司坚持提供质优价廉的产品和诚信经营的原则。表面上介绍公司,其实每一句话,都“以言行事”,告诉对方,“我们很好,和我们合作会带给你利益”。信的最后,⑨b为直接言语行为,直接请求对方,如果感兴趣,请随时联系我。“Looking forward to your early reply.”直接告诉对方,我们在急切地期待着你们的回复,从情感上影响收信方的接下来的行为:回信,因此有机会建立贸易关系。

二、开发信的写作策略

收信人比较特殊,既是自然人,也代表公司。既有自然人的判断,也有代表着公司作为法人的一些商务判断。所以,信函的内容应该将收信人的情绪判断和商务判断共同考虑在内,写信的时候要获得一个陌生人的信任,不仅写信者个人的信誉和态度要在信中得以展示,写信者所代表的公司法人所提供的产品和服务,公司的信誉和公司的实力,都会影响信任的取得。

写信的行为是以言行事的行为,信的内容既能以言指事,还能以言成事,最后可以以言成事。写信的时候不仅要注意语言的言内之意,也要充分利用其言外之意,最大效率的发挥语言的作用,实现其劝说功能,宣传功能,向对方介绍自己,并且劝说买方和自己做生意,劝说买方和自己建立贸易关系签订贸易合同从中获利。

建立初步的判断和信任之后,再基于公司的需求判断是否建立贸易关系,是否接受写信人所提供的产品和服务,才会有后续的行为。

总之,外贸开发信是拓展业务的重要工具,尽管不同公司的产品或者服务不同,客户的国家地区也不同,习惯和性格各异,但是只要在开发信写信的过程当中,充分意识到言语行为的重要性,细心挑选和推敲词句,就一定能够写出让人满意的开发信,尽可能取得对方的信任,并且争取更多的建立贸易关系的机会。

参考文献:

[1] Austin, J. L. .How to do things with words. J.O. Urmson (ed.). Oxford: Clarendon Press, 1962/1976.

[2] Leech, Geoffrey .Principles of Pragmatics. Londonand New York: Longman, 1983.

[3] Searle, J. R. . Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language. Cambridge: Cambridge University Press, 1969.