

国商务出版社隆重推出商务英语文章套进宽出跟踪研究阅读法

BusinessWeek



美国《商业周刊》 商务时文精选 英汉对照注释大全

宓智瑛 主编



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

美国《商业周刊》商务时文精选

(英汉对照注释大全)

主 编 宓智璜

副主编 石春莉 王 纯 宋格兰

编著、选注(按姓氏拼音顺序):

李 焱 李 欣 李 梅 刘 卉 宓智璜 宓智琮
石春莉 宋格兰 唐光志 唐 园 王 纯 杨小凤

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

美国《商业周刊》商务时文精选/宓智瑛主编. —北京:
中国商务出版社, 2008. 8
ISBN 978-7-80181-926-0

I. 美… II. 宓… III. 商务-英语-阅读教学-高等学校:
技术学校-教材 IV. H319.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 137260 号

美国《商业周刊》商务时文精选
(英汉对照注释大全)

主编 宓智瑛

中国商务出版社出版

(北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码: 100710

电话: 010—64269744 (编辑室)

010—64295501 (发行部)

64266119

零售、邮购: 010—64263201

网址: www.cctpress.com

E-mail: cctp@cctpress.com

北京中商图出版物发行有限
责任公司发行

北京嘉年华文有限公司排版

中国农业出版社印刷厂印刷

787毫米×980毫米 16开本

43.75 印张 758 千字

2008 年 8 月 第 1 版

2008 年 8 月 第 1 次印刷

印数: 3000 册

ISBN 978-7-80181-926-0
H. 238

定价: 49.00 元

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64212247

前 言

为使高等院校的国际商务和商务英语专业的学生适应未来的职业，能熟练地运用英语从事国际商务活动；也为了使已经在职的国际商务工作人员能娴熟地运用英语，及时从外报外刊捕捉并有效利用唾手可得的信总，实现自身和组织的可持续发展；如今各大专院校和成人继续教育或企业的商务业务培训，几乎都开设了“国际商务英语文章选读”或“商务英语报刊选读/精选”等课程。因此，能否为他们编写一本“导引式的各取所需而又与时俱进的”英美报刊经贸文章精选读物是势在必行和至关重要的。

要让读者真正能享受到这样一本好书绝非易事。大家知道，“巧妇难为无米之炊”，所以编写报刊阅读精选或选读之类的读本，第一，得有源源不断的、无版权纠纷的、属于地道英语的报刊文章的资源；第二，要有一个精于实现报刊阅读教学目标和善于帮助读者实现阅读目标的编写团队，即：这个团队选取的刊物和文章以及编著、注释的栏目除了要引导读者进一步夯实语言基础外，还要能引导读者积累相应的包括国际政治、经济、贸易、金融等在内的国际商务大范畴的知识，同时提供较丰富的跨文化和学科交叉性知识，尤其还要有计划地帮助读者掌握一定的包含专业术语在内的较丰富的专门用途词汇，帮助读者了解外国尤其是英美报刊经贸文章的文体和语言特征等。这样让读者感到看有所用、读有所得，思有所味，才会感到学有动力；才会锲而不舍地去读

外刊练外语、觅外刊获信息、长见识，增能力；使自己的工作得到可持续的长足进步，使所在的组织可持续地发展。

上述两个条件有幸在中国商务出版社得以实现。第一，中国商务出版社争取到了中文《美国商业周刊》以及合作方——美国麦格劳-希尔公司的英文版授权许可；第二，该社物色和委任具有几十年大学英语教学和多年编辑经验的复合型人选担任主编，由主编全程负责组织试编开放式《美国商业周刊商务时文精选——英汉对照注释大全》。为了使读者既能短、平、快地获得商务信息，又不违背语言学习的规律，能让读者持续有效地获得英语语言知识，提高阅读能力，本书主编率领多所院校商务英语教学第一线和大型国企人力资源培训骨干，围绕上述宗旨，联系实际，灵活运用语言学家克拉申的“Narrow Reading”教学法，精心策划、设计、编写了此书。

我们把美国语言学家克拉申（Stephen D. Krashen）倡导的“窄式阅读法（Narrow Reading）”创造性地运用到今天我们中国人阅读英美报刊经贸文章中来，变革为“窄进宽出专题追踪研究阅读法（Narrowing-In & Broadening-Out Tracking Research Reading Approach）”就是取义于“narrow”之双重含义——“窄，使变窄”和后来该词发展产生的新义“专题，专门领域”。变革后的方法的实质就是透过该词之浅表意义，倡导“窄进宽出、专题追踪、举一反三”的研究和垒筑式手段，加大对语言习得者的可理解输入量学习法。为了扎扎实实地、而不是哗众取宠地推荐这样的读物，我们在编写这本《美国商业周刊商务时文精选——英汉对照注释大全》时，没有一味地赶进度，而是反复统一认识并严格按照大多英美商务报刊的专题栏目的分类来筛选文章、编制目录；这样，便于读者快速浏览目录时就可对自己用得着或偏爱的主题“各取所需”，然后对某个专题进行追踪学习和研究。在注释栏目的设计方面我们也斟酌再三，除了介绍报刊阅读

必须了解的专业和背景知识外，还着重从阅读英美经贸报刊所需的两大板块中心词汇和短语着手（一个板块为描述西方经济状况、商品市场、贸易收支、贸易战、货币汇价波动、跨国公司及经济贸易发展前景预测的基本词汇和短语；另一板块则为随着科技的发展和经济贸易方式的变化而出现的新词汇及短语），通过“生词直击”项下的“引申扩展”和“搭配联想”，“短语登场”项下的“实用举例”，“难句点拨”项下的句子结构和语法分析，“知识拓展”项下的背景，跨文知识以及专门术语和其他交叉性学科专业知识等的精辟介绍，还有“举一反三”项下的“一词”“一语”重点词义和不同词性的造句，对读者进行实用性和拓展性的启发式引导；并且本书融阅读技巧、翻译微技巧、跨文化知识和语言知识于趣味性的“日积月累”和“轻松一刻”之中。因此，尽管该书的编写从信息获取的时效性角度来衡量，有些缺憾，但它从传授阅读英语报刊知识和技能的角度，尤其从推介可以让读者受益终身的“Narrowing-In & Broadening-Out Tracking Research Reading Approach”阅读法的角度来衡量，它不失为老师可从中广泛取材的资料库和备课的好帮手，更不失为在校学生或在职需要提高商务英语阅读能力的相关人员的自助性阅读指导老师。因此，我们相信读者学了本书并掌握要领后，随着日后我们选注新年度商业周刊文章步伐的加快，持之以恒地读下去，今后一定能比较容易地、即时地读懂原文，迅捷地获取世界上尤其是发达国家的商业信息。

为了让读者更加清楚“Narrowing-In & Broadening-Out Tracking Research Reading Approach”学习法，现以本书“金融投资”栏目为例，首先选取该栏目中选自2005年美国商业周刊题为“What does Li See in This Wallflower? (李嘉诚为何看中Marionnaud公司?)”的文章，如果你在不凭借我们注释帮助的情况下阅读，肯定感到老要查字典，十分费劲费时；然后我给你今年10月11日英国《金融时报》刊登的题为“Telecom Corpto take

stake in HTAL (李嘉诚旗下企业出售澳洲 3G 子公司部分股权)”和前不久即 11 月 7 日刊登的题为 ArcelorMittal pays \$ 647m for Oriental stake (全球最大钢铁企业收购中国东方集团股权) 的文章, 感受可能还是差不多。但如果让你重新精读一遍带有我们注释的第一篇选文后, 再来读今年碰到的同一主题的那两篇新文章, 你会惊讶地发现, 你居然不用再查什么词典, 就轻而易举地看懂了它们。你不但迅捷地从英文原文中获知“和记黄埔”将把公司在澳大利亚 3G 手机子公司中部分股权出售给新西兰的电信公司的重要商业信息, 还即时获知阿塞洛—米塔尔在 2005 年收购了年产量 850 万吨的湖南华菱管线约 1/3 的股份后, 最近又打算获得中国东方集团的控股权等信息。原因何在? 诀窍何在? 原因之一和窍门所在就是我们推荐的“Narrow Reading”学习法发挥的作用。读者不妨先试一试第一个诀窍——“Narrowing-In Reading”, 集中精力精读本书“金融投资”栏目的所有 5 篇文章; 随后做个有心人, 注意浏览外报外刊归属于“金融投资”专题范畴的大标题, 选取类似文章进行 Broadening-Out 扩展性泛读。在不知不觉中你的读书看报的浏览速度加快、理解能力加深、知识面等非语言知识越来越广博, 有朝一日你会感到阅读能力突然大大提高。原因之二是得益于我们在前言第四小节谈到的精心设计的注释项目的引导和启发, 它们使你在短时间内就熟悉和掌握有关金融、投资、股票以及商业方面的诸如 sell a stake (出售股权)、take a... xper cent stake (获得百分之几的股权)、with an option to increase one's stake to (有权将某某的持股比例增至……)、billionaire tycoon (亿万富豪)、conglomerate (综合企业集团)、book a one-off gain (记入一笔一次性所得)、acquire / acquisition (收购, 并购)、merger (合并, 兼并)、hostile take-over (恶性收购), bear market (空头市场), bull market (多头市场, 牛市), futures market (期货市场), potential market (潜在市场), business cycle (商业周期), capital goods (资本货物), economic recession (经济衰退), credit-crunching (紧缩信贷), currency

reserve (货币储备), 以及 deflation (通货收缩) 等专门词汇和术语, 摸索出英美商业周刊报道、分析和描述同类事件的类似手法和写作文路, 夯实了读懂该类文章的语言基本功, 积累了许多必要的理解商务报刊文章的背景知识和扩大了某些交叉性学科知识面, 所以你就能触类旁通地看懂弄通商务报刊的有关文章。对于商务报刊的其他类别文章, 读者不妨仿效此案例, 有计划地采用 “Narrowing-In & Broadening-Out Tracking Research Reading Approach” 法, 运用攻碉堡式的战术, 对各大主题专项进行各个击破。

诚然, 阅读国际商务报刊选读所需的词汇面之广和数量之多是可想而知的。但只要我们能勤于学习、善于学习, 长于积累, 持之以恒地坚持以 “Narrow Reading” 法去多多阅读开放式的商务报刊文章精选读物, 对培养自己的阅读理解能力和提高阅读水平一定会大有裨益。

本书共分 13 个大主题栏目, 由宓智瑛担任主编, 具体负责栏目的策划、注释项目的设计、示范样文的编写、全书稿的总撰和审定, 并编著了 “日积月累” 和 “轻松一刻”。全体编写人员的分工如下: 第 I、III、XI 三大主题栏目由对外经济贸易大学石春莉编写, 并担任副主编工作; 第 VII、IX、XIII 三大主题栏目由北京经济干部管理学院王纯编写, 并承担副主编工作; 第 II, IV, V, 三大栏目由通用技术集团人力资源部李焱编写; 第 VI 大主题由中加商学院的刘齐编写; 第 X 大专题由北京工业大学宋格兰编写; 第 XI 大主题的第 1 篇由中国农业大学的李欣编写; 第 2 篇由对外经济贸易大学的李梅编写; 第 3、4、5 篇由中国青年政治学院的杨小凤编写; 第 XII 大主题的第 1、2、3 篇由浙江师范大学的密智琰编写, 第 4、5 两篇由旅德自由撰稿人唐图女士编写; 中国人民外交学会《外交季刊》主编唐光志先生对 XI 部分内容进行了补充。本书选题由中国商务出版社许嘉编辑策划, 社长给予关心和

钱建初总编把关指导，在此我谨代表全体编写人员表示衷心感谢。

由于是第一次尝试编写一本开放式的商务报刊自助阅读指导性读物，经验不足，加上参编者各自教学和院校教学评估工作繁忙，电子文本中途又不幸遭遇硬盘摧毁，所以编写周期较长，敬请读者原谅，并诚恳希望读者献计献策，将宝贵意见通过电子邮箱：mi_zhiying@yahoo.com.cn 反馈给编者，以便我们及时改进、日臻完善。

主 编 必智瑛

2008 年 6 月

CONTENTS 目录

I. COVER STORY 封面文章	(1)
1. The Business of Nanotech (纳米技术商机无限)	(1)
2. Your Next TV (下一代电视)	(10)
3. The Power of Us (我们的力量)	(22)
4. The Next Big One (下一个大劫难)	(34)
5. Star Search (人才搜寻)	(46)
II. IDEAS VIEWPOINT 经济论坛	(57)
1. Stop Scapegoating China — Before It's Too Late (别再拿中国作替罪羊, 否则悔之晚矣)	(57)
2. Behind the EU Backlash (欧洲“反宪”的背后)	(67)
3. A New Threat to America Inc. (美国公司面临 的新挑战)	(76)
4. An Economic Storm Surge (经济风暴来势汹汹)	(86)
5. Keep Boomers on the Job (让婴儿潮出生的人继 续工作)	(96)
III. CHINA 中国报道	(106)
1. Just How Cheap Is Chinese Labor? (中国劳动力 成本有多低?)	(106)
2. Bolstering China's Banks (崛起的中国银行业)	(116)
3. China Unchains Ad Agencies (不断开放的中国 广告业)	(127)

4. Australia: More Ore for China's Mills (中国
对资源需求节节攀升) (139)
5. A Reality Check for Shanghai Real Estate (上海
房地产行业的庐山真面目) (148)

IV. AMERICAN BUSINESS 美国商业 (160)

1. Gilead's Big Growth Spurt (迅速崛起的 Gilead
公司) (160)
2. A Digital Warrior for Kodak (柯达的数码勇士) (172)
3. In the Pink of Health (WellPoint 公司状况不错) (181)
4. Detroit: Suddenly, Small Is Beautiful (底特律:
突然间, 小即是美) (192)
5. B-School: Only a C+ in Ethics (商学院的道德
教育成绩平平) (204)

V. EUROPEAN BUSINESS 欧洲商业 (214)

1. Hot Audi (炙手可热的奥迪) (214)
2. At Bang & Olufsen, the Sound of Rising Profits
(丹麦音响高奏凯歌) (226)
3. Camper: One Step Ahead — and Running Hard (在
时尚路上领跑) (237)
4. Wind Power Has a Head of Steam (风力发电生机
勃勃) (246)
5. High-Speed Europe (高速运转的欧洲互联网) (255)

VI. EDUCATION 教育 (267)

1. Back to Earth for Apollo Group (阿波罗集团坠下
云端) (267)
2. MBA Family Values (MBA 的家庭价值观) (278)
3. A Better Fit for Exec Ed (高管教育: 因材施教) (290)
4. Where MBAs Learn the Art of Blue-skying (MBA
学生踏上创想之旅) (299)
5. Sidestepping the GMAT (绕过 GMAT) (308)

VII. FINANCE 金融投资 (318)

1. How to Invest like Harvard (如何像哈佛一样投资) (318)
2. International Plays for Investors with Steely Nerves (冒险者的探宝新路) (327)
3. Vietnam Is Hot. Don't Get Burned (越南: 小心热过了头) (338)
4. What does Li See in This Wallflower? (李嘉诚为何看中 Marionnaud 公司?) (349)
5. Japan's Hedge Heyday (日本对冲基金迎来全盛期) (358)

VIII. SCIENCE & TECHNOLOGY 科学技术 (367)

1. Microsoft May Be a TV Star Yet (微软有望成为电视业巨星) (367)
2. Why the Old Rules Don't Apply? (旧的规则为什么行不通?) (379)
3. The Doctor: Dr. Lauren Koniaris (劳伦医生的新助手) (386)
4. The Web Hits the Stacks (“网”罗书籍) (397)
5. O. K., Roll Up Your Sleeve (值得期待的疾病克星) (406)

IX. IDEAS BOOKS 书评 (419)

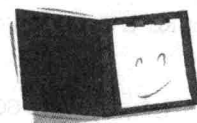
1. The Gaijin Who Saved Nissan (挽救日产公司的“外国人”) (419)
2. Emperor Eisner (艾斯纳帝王) (430)
3. Welch has More to Say. Really (韦尔奇真的还有很多话要说) (440)
4. All Pumped Out (被抽空的石油王国) (450)
5. Innovation as a Team Sport (创新是团队行为) (459)

X. SPECIAL REPORT 专题报道 (469)

1. Ordinary People, Extraordinary Gifts (平凡人, 不

寻常的馈赠)	(469)
2. The Oil Patch Is Getting Slippery (寻油之路日益崎岖)	(479)
3. Lenovo and IBM: East Meets West, Big — Time (东西方聚首, 财源滚滚来)	(491)
4. Boeing's Struggle to Find a Pilot (波音苦觅领航者)	(503)
5. Too Much Cash, Too Little Innovation (钞票多多, 创新寥寥)	(514)
<u>XI. MANAGEMENT 公司管理</u>	(526)
1. Shaking Up Intel's Insides (英特尔内部重组)	(526)
2. IAC: The Unraveling of an Empire (IAC: 一个网络帝国梦的破灭)	(536)
3. Hansen Natural (汉森天然饮料公司)	(548)
4. Cogent (科进公司)	(560)
5. Design within Reach (“设计就在身边”家具公司)	(568)
<u>XII. ENTERTAINMENT 娱乐媒体</u>	(577)
1. Game Wars (游戏大战)	(577)
2. The Anime Biz: Still and Adolescent (仍在青春萌动期的动画业)	(589)
3. Still Hog-Wild over Hogwarts (仍为卿狂)	(602)
4. The Next Generation (新一代传媒精英)	(610)
5. The Fairest of the Fairways (极品高尔夫球场)	(622)
<u>XIII. ASIAN BUSINESS 亚洲商业</u>	(635)
1. Praying for Plenty of Fairy Dust (期待仙履奇缘)	(635)
2. Energy Costs Are Draining Asia (油价攀升重创亚洲)	(644)
3. Fast Profits from Slow Elevators (缓慢的电梯高速的收益)	(655)
4. Tires That Are Going Places (轮胎滚滚闯世界)	(664)

- E F G H
5. For Seniors, Good Care at Good Prices (养老:
价格合理 服务周到) (673)
-



I. COVER STORY 封面文章

1. The Business of Nanotech

By Stephen Baker and Adam Aston

[1] There's still plenty of *hype*, but nanotechnology is finally moving from the lab to the marketplace. Get ready for cars, chips, and golf balls made with new materials engineered down to the level of individual atoms.

[2] Pity the poor alchemists. They spent the Middle Ages in candle-lit laboratories, laboring to brew universal elixirs and to turn base metals into gold or silver. They failed utterly. By the *dawn* of the Scientific Revolution, researchers equipped with microscopes founded modern chemistry — and *dismissed* alchemy as hocus-pocus.

[3] But it *turns out* alchemists were just a few centuries ahead of schedule. Today, in sparkling labs equipped with powerful microscopes, scientists on three continents are *promising* dramatic new materials and medicines that would make alchemists proud. This work takes place in the realm of nanotechnology, industry's tiniest stage. The standard unit of measurement, a nanometer, is a billionth

of a meter — barely the size of 10 hydrogen atoms in a row. In this universe entire dramas can unfold on the tip of a pin, and a sneeze packs the punch of a *raging* hurricane.

[4] Why so small? Researchers have discovered that matter at this tiny scale often behaves very differently. While some of the science behind this phenomenon is still *shrouded* in mystery, the commercial potential of the infinitesimal is *coming sharply into focus*. Familiar materials — from gold to carbon soot — display startling and useful new properties. Some transmit light or electricity. Others become harder than diamonds or turn into potent chemical catalysts. What's more, researchers find that a tiny dose of nanoparticles can *transform* the chemistry and nature of far bigger things, creating everything from fortified fenders to superefficient fuel cells. Engineers working at the nano scale have a brand-new tool *kit* that's full of wonder and *brimming with* potential riches.

[5] Now it's time to start *cashing in*. Throughout 2005, companies large and small will be rushing more nano-based products from labs to the marketplace. Consumers will encounter nanotechnology in the form of nick-proof trims on Hummers, Wilson tennis racquets with extra pop, even golf balls designed to fly straight. Investors, meanwhile, will be faced with a *slew* of bold announcements. On Feb. 1, for example, computer giant Hewlett-Packard Co. disclosed a breakthrough in nanotechnology that, within a decade, could carry computing beyond today's silicon and transistors. "We are reinventing the computer at the molecular scale," says Stan Williams, an HP senior fellow and co-author of the report.

[6] For now, nano is starting out modestly. The biggest markets for nanoparticles remain in familiar products, from the black rubber filler in tires, a \$4 billion industry, to the silver used in traditional photography. Lux Research Inc., a New York nanotech

market researcher, estimates that only \$13 billion worth of manufactured goods will incorporate nanotechnologies this year. That's little more than a rounding error in the global economy.

Feverish Activity

[7] Yet new nano-based products that could have a far bigger impact are only a step or two away. Within the next two years, diagnostic machines with components built at the nano scale should allow doctors and nurses to carry pint-size laboratories in their briefcases, perhaps to test for HIV or count white blood cells *on the spot*. Nano sensors will *scour* airports and post offices for anthrax and sarin. Toward the end of the decade, scientists say, new computer memories composed of nanoparticles could conceivably pack the digital contents of the Library of Congress into a machine the size of a yo-yo. By that point, Lux predicts, nanotechnologies will have worked their way into a universe of products worth \$292 billion.

纳米技术商机无限

原文英汉对照审校、选注：石春莉

[1] 尽管时下对纳米技术的宣传有些言过其实，但它确实已经从实验室走向了市场。通过破解和重组纳米颗粒制成的新型材料，已开始广泛应用于汽车、芯片以及高尔夫球的制造上了。

[2] 想想那些可怜的中世纪炼金术士们吧！在烛光昏暗的实验室里，他们曾煞费苦心炮制炼金药，试图把贱金属变成金银。然而他们彻底失败了。随着科技革命的到来，科学家们借助显微镜创立了现代化学，炼金术这