

高等院校商务英语专业
核心课精品系列教材

Business English Intensive Reading (II)

商务英语精读(下册)

张中宁 / 主编


 首都经济贸易大学出版社

高等院校商务英语专业核心课精品系列教材

Business English Intensive Reading (II)

商务英语精读(下册)

- ◎ 主 编 / 张中宁
- ◎ 副主编 / 曾晓蕾 吴 桦
- ◎ 编 者 / 陈 静 王 芳 侯丽枚 寇炳俊 杨 敏
- ◎ 主 审 / 栾玉芹 谢毅斌

 首都经济贸易大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

商务英语精读. 下册/张中宁主编. —北京:首都经济贸易大学出版社,2008.9
(高等院校商务英语专业核心课精品系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5638 - 1629 - 3

I. 商… II. 张… III. 商务—英语—高等学校—教材 IV. H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 129880 号

商务英语精读(下册)

主编 张中宁

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙(邮编 100026)

电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

网 址 <http://www.sjmcb.com>

E-mail publish@cueb.edu.cn

经 销 全国新华书店

照 排 首都经济贸易大学出版社激光照排服务部

印 刷 北京永生印刷有限责任公司

开 本 787 毫米×980 毫米 1/16

字 数 523 千字

印 张 27.25

版 次 2008 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

印 数 1~4 000

书 号 ISBN 978 - 7 - 5638 - 1629 - 3/H · 88

定 价 37.00 元

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究

前言

2001 年加入世界贸易组织以来,我国在国际商务领域正面临着前所未有的机遇和挑战。我国的国际贸易无论在质上还是在量上,都出现了前所未有的飞跃。2004 年 7 月 1 日实施的《中华人民共和国对外贸易法》,降低了企业和个人从事国际商务活动的门槛,加快了中国经济与世界经济的接轨。如今,即使那些从未考虑过开拓国际市场的国内企业,也不得不正视其产品正面临着国内外许多同类商品竞争的严峻现实。这是中国企业在享受经济全球化和知识经济所带来的好处的同时需要认真应对的挑战。招揽外语熟练,熟知国际贸易惯例、国际金融和法律知识,掌握国际贸易流程各个环节的业务操作并了解各国风土人情的复合型经贸人才无疑是中国企业成功地适应新形势、应对挑战、走向世界、更好地参与国际市场竞争的要素之一。目前,市场上这样的复合型经贸人才正面临着巨大的缺口,这在某种程度上成为制约中国企业更好、更快地发展壮大自己的瓶颈。因此,为国家培养出熟悉国际经济环境、通晓国际商务知识、能够熟练进行跨文化商务交际的高素质、外向型、具有国际视野的复合型国际商务人才已成为当务之急。

《商务英语精读》(上下册)正是为此目的而编写的一套理论联系实际、富有新意、质量上乘的应用型教学用书。本书以外贸企业和跨国公司从事国际商务活动时所经历的各个环节为主线,以它们的经营所面临的内外环境、所涉及的因素为纲,以既阐述国际商务知识,又培养英语语言能力和跨文化商务交际能力为指导思想,真实地再现这类企业从事国际商务活动的自然流程。正是在这个意义上,本书在理论联系实际、帮助学习者努力实现学以致用目标方面作了大胆的尝试和创新。

本书的使用对象是高等院校商务英语专业学生,也可供国际贸易、市场营销、工商管理、电子商务、公关与文秘等专业的本专科学生和广大对商务英语感兴趣、有志于在外贸行业或外企工作的英语自学者使用。同时,本书也是各类涉外经贸企业、“三资”企业和跨国公司培训员工商务技能和英语能力的优秀教材。

根据教学需要,本书可分别用做专业基础课教材(供两学年使用)或专业必修课教材(供一学年使用)。全书分上下两册,每册 5 个单元,各 18 章,两册共 36 章。每单元以一个主题为中心,各章内容均紧紧围绕主题精选材料。上册主要从宏观的角度,开宗明义介绍“什么是商务”,接着依次讲解国际商务的基本理论、国际商务环境(包括国际金融市场、银行、经济全球化和跨国公司的作用等内容)、国际商务政策(包括国际收支、关税和非关税壁垒、世界贸易组织等)及国际企业的管理等。下册侧重微观,从外向型企业如何开拓国际市场谈起,然后逐步展开,介绍外贸企业或跨国公司从事国际商务活动时具体的



业务操作和流程,内容包括开拓国际市场的理由和相应的准备、国际营销中目标市场的选择、国际商务谈判、国际商务合同的签订、国际贸易术语、国际支付手段(信用证、跟单托收等)、国际货物的运输和保险等。本书内容既有宏观理论,又有微观知识,努力做到全方位、系统化地讲解商务知识,培养学生的商务技能和语言能力。课文的材料绝大多数选自国外经典的商务教材,内容全面、观点新颖、语言地道、知识先进,能真实地反映当代商务英语的特点,激发学生的学习兴趣。具体来说,本书的特色主要表现在以下几个方面:

一、针对性强,涵盖面广,新颖实用

本书专为上文提到的各类商务英语学习者编写,尤其针对上述专业学生毕业时的就业去向,给他们提供了一套理论与实际紧密结合、学以致用实用的教材。全书基本涵盖经贸企业(尤其是外贸企业和跨国公司)经营操作的各个方面,为学生今后在这类企业工作打下了坚实的基础。

二、内容丰富,逻辑严密,自成体系

本书在结构、内容编排上多有创新之处。每单元都围绕一个主题,自成体系。同时,各章内容还一脉相承、融会贯通、环环相扣、逻辑严密,使全书构成一个有机的整体。在编写过程中,本书把语言知识、语言技能、商务知识、跨文化商务交际能力等各项知识技能的学习和培养综合考虑,为学生今后在商务领域的深入学习奠定了基础。

三、图文并茂,形式精美

每章开篇提供一幅紧扣本章主题的插图。书中也根据情况或需要提供至少三至四幅反映书中内容、提供背景知识、有助于加深学生理解和记忆的图画,目的是以最典型和新鲜的商务语言和图片传递最新的国际商务信息和当今世界经济上的热点经济话题,使本书形式、内容并重,知识趣味俱备,抽象形象兼有。

四、设计人性化,考虑细致周到

为方便学生阅读时查找生词、重要商务术语和短语,引起学生对这些需要重点掌握的语言点的注意,本书特意在课文中把生词和短语用黑体标出,把重要的商务术语用斜体标示出来。阅读文章部分的生词也采用了类似的人性化设计,体现编者以读者为本的思想。

五、体例独创,别开生面

这是本书另一个重要的特色,也是本书创新精神的集中体现。本书的每章由五大部分组成,它们分别是第一部分的商务交际、第二部分的课文(包括生词和重要商务术语的解释、重要词组例解和课文注释等)、第三部分的课文练习、第四部分的商务加油站和第五部分的商务拓展阅读(包括阅读前提问、文章和其后的练习)。各章除讲授相应的商务知识外,还全面操练听说读写译等英语各个方面的技能。各部分的功能和特点如下:

1. Section One: Business Communications 商务交际

本部分通过商务英语对话的学习培养学生商务英语的听说技能和跨文化商务交际的能力。全书对话以两家虚拟的中外企业之间的相互交往并逐步开展业务为主线,内容涉及涉外企业日常经营、管理、营销和外贸业务操作等方面。



2. Section Two: Text 课文

课文侧重专业知识的传授与语言技能的综合训练,分为以下六个部分:

- (1) **Introductory Remarks** 课文导语(用中英文对课文内容进行提纲挈领的说明,让学生一开始就明晰整篇大意,从而引起学生的注意和兴趣);
- (2) **Text** 课文(每章的学习重点,帮助学生掌握商务知识,培养语言能力);
- (3) **Vocabulary** 词汇(侧重帮助学生学习和积累课文中的语言知识);
- (4) **Key Business Terms** 重要商务术语(侧重帮助学生了解和掌握文中的商务知识和术语);
- (5) **Business Usage of Phrases** 重要词组例解(例句尽量与商务挂钩,凸显本教材的商务特色,体现语言能力的培养和商务知识熏陶相结合的原则);
- (6) **Notes** 课文注释(提供课文难句解析和背景知识介绍,帮助学生理解课文内容)。

3. Section Three: Exercises 练习

练习共分为课文理解、口语练习、语言学习和商务聚焦四个部分,其设计集中体现本书力图把语言知识、交际能力、文化背景知识和商务知识融为一体的编写原则,既检验学生对本章专业知识的理解,又全面操练包括听、说、读、写、译和语法等各项语言知识和技能。以下分别介绍练习的四个部分:

- (1) **Text Comprehension** 课文理解(侧重课文内容的理解和商务知识的掌握);
- (2) **Oral Practice** 口语练习(侧重思维、口语技能的训练和跨文化交际能力的培养);
- (3) **Language Study** 语言学习(侧重词汇、语法等语言能力的检测和巩固);
- (4) **Business Focus** 商务聚焦(侧重于商务知识的掌握和词汇、翻译等语言能力的培养)。

4. Section Four: Biz Fueling Station 商务加油站

商务加油站分为两个部分。第一部分是 **Business Quotations**(商务语录),主要提供世界名人所说的与商务有关的名言佳句,并大多与本章主题呼应,主要目的是让学生在学习间隙品味、欣赏名家的语言魅力和思想内涵,使其深受教益的同时,加深对课文内容的理解。第二部分是 **Moment of Relaxation**(轻松一刻),内容为有关商务的笑话,帮助提高学生的阅读理解能力,拓展学生的知识面和加深其对商务生活的理解。

5. Section Five: Business Reading 商务阅读

本部分是课文部分所讲述的专业知识的延伸阅读,强化学生对本章主题的理解,训练学生的阅读技能。具体包括以下内容:

- (1) **Pre-reading Questions** 阅读前问题(带着问题阅读是训练阅读技巧的常用方法,因此,该设计可以培养学生的阅读技能,尤其是利用已有的知识和常识提高对所阅读文章的宏观预测能力);
- (2) **Reading Passage** 阅读文章(与 Section Two 中的课文遥相呼应,是该课文商务知识方面的延伸、拓展、强化或补充);



(3) Comprehension Check 阅读练习 (检测对商务阅读文章的理解);

(4) Translate into Chinese the underlined sentences in the passage 短文画线句子翻译 (既检测学生对商务阅读文章中部分重点句子或专业知识点的理解,又训练其翻译技能)。

全书最后附有参考答案和课文的参考译文,便于学生自学自查。

在这书策划和编写过程中,得到了首都经济贸易大学出版社领导和孟岩岭编辑的大力支持和帮助。

本书由张中宁主编,负责全书内容的选择、安排、体例的制定和统稿工作。本书其他参编人员还有:曾晓蕾、邵静、陈静、王芳、杨敏、侯丽枚、迟凯、郭秀珍、寇炳俊等。

另外,本书在编写过程中还得到栾玉芹教授和其他许多同事的关心和帮助。本人当年在对外经济贸易大学读书时的同窗好友曾晓蕾、石中玉等人和该校商务英语教学方面的专家谢毅斌、丁崇文、张翠萍、陈小全、滕美荣等教授和黄世坤老师对本书的顺利完稿帮助尤多。在此,对以上各位老师的辛勤工作和对所有关心和帮助我们的各方面人员表示衷心的感谢。

本书的小部分资料和大量图片来自于互联网,在此我们对相关网站和人员表示感谢。

由于时间仓促,水平有限,书中难免存在一些不尽如人意之处,恳请有关专家学者和广大读者不吝赐教,以使本书的质量更上一层楼。

张中宁

2008年7月15日于惠园

Contents



UNIT 6 Preparation for International Market / 1

Chapter 19 Motivations to Go Abroad / 3

Section One: Business Communications / 3

Making an Offer

Section Two: Text / 4

Motivations to Go Abroad

Section Three: Exercises / 12

Section Four: Biz Fueling Station / 15

Section Five: Business Reading / 16

Concerns and Problems of Going International

Chapter 20 International Market Research / 22

Section One: Business Communications / 22

Doing Business in China

Section Two: Text / 23

International Market Research

Section Three: Exercises / 31

Section Four: Biz Fueling Station / 34

Section Five: Business Reading / 35

Potato Chip's Global Marketing

Chapter 21 Determining Research Objectives / 39

Section One: Business Communications / 39

Decision Making in China

Section Two: Text / 40

Determining Research Objectives

Section Three: Exercises / 48

Section Four: Biz Fueling Station / 51

Section Five: Business Reading / 52

Using Aims and Objectives to Create a Business Strategy

——Experience from Kellogg

UNIT 7 International Marketing / 57

Chapter 22 What Is Marketing / 59

Section One: Business Communications / 59

Product Presentation

Section Two: Text / 60

Marketing

Section Three: Exercises / 69

Section Four: Biz Fueling Station / 72

Section Five: Business Reading / 73

Marketing Is All Around Us

Chapter 23 The Marketing Process / 80

Section One: Business Communications / 80

Marketing Strategy

Section Two: Text / 81

The Marketing Mix

Section Three: Exercises / 91

Section Four: Biz Fueling Station / 94

Section Five: Business Reading / 95

Market Segmentation

Chapter 24 Target Market Selection / 101

Section One: Business Communications / 101

Developing a New Market

Section Two: Text / 102

How to Select Target Market

Section Three: Exercises / 111

Section Four: Biz Fueling Station / 114

Section Five: Business Reading / 115

Estimating Market Potential

Chapter 25 Marketing in the 21st Century / 121

Section One: Business Communications / 121

Counter-Offer

Section Two: Text / 123

Global Marketing in the Twenty-first Century

Section Three: Exercises / 130

Section Four: Biz Fueling Station	/ 134
Section Five: Business Reading	/ 135
Brand Management or Customer Management	

UNIT 8 Negotiation and Contract / 141

Chapter 26 Business Negotiation / 143

Section One: Business Communications	/ 143
--------------------------------------	-------

Meeting a Trade Delegation

Section Two: Text	/ 144
-------------------	-------

Steps of Business Negotiation

Section Three: Exercises	/ 151
--------------------------	-------

Section Four: Biz Fueling Station	/ 155
-----------------------------------	-------

Section Five: Business Reading	/ 156
--------------------------------	-------

The Negotiating Skills

Chapter 27 Establishment of Contract / 161

Section One: Business Communications	/ 161
--------------------------------------	-------

Contract Negotiation over the Phone-Price

Section Two: Text	/ 162
-------------------	-------

Fundamentals of a Contract

Section Three: Exercises	/ 170
--------------------------	-------

Section Four: Biz Fueling Station	/ 173
-----------------------------------	-------

Section Five: Business Reading	/ 175
--------------------------------	-------

Breach of Contract

Chapter 28 Business Contract / 180

Section One: Business Communications	/ 180
--------------------------------------	-------

Drafting Contract

Section Two: Text	/ 181
-------------------	-------

Drafting a Contract

Section Three: Exercises	/ 189
--------------------------	-------

Section Four: Biz Fueling Station	/ 192
-----------------------------------	-------

Section Five: Business Reading	/ 193
--------------------------------	-------

Purchase Contract

Chapter 29 Function of Trade Terms / 201

Section One: Business Communications	/ 201
--------------------------------------	-------

Specific Enquiry	
Section Two: Text	/ 202
Function of Trade Terms	
Section Three: Exercises	/ 210
Section Four: Biz Fueling Station	/ 214
Section Five: Business Reading	/ 215
Purpose and Scope of Incoterms	
Chapter 30 Commonly Used Trade Terms	/ 220
Section One: Business Communications	/ 220
Emergency Call; Dispute Settlement	
Section Two: Text	/ 221
Commonly Used Trade Terms	
Section Three: Exercises	/ 231
Section Four: Biz Fueling Station	/ 234
Section Five: Business Reading	/ 235
A View of the Structure of Incoterms 2000	

UNIT 9 International Payment / 241

Chapter 31 Terms and Instruments of Payment	/ 243
Section One: Business Communications	/ 243
Declining Payment by D/P	
Section Two: Text	/ 244
Terms of Payment	
Section Three: Exercises	/ 253
Section Four: Biz Fueling Station	/ 257
Section Five: Business Reading	/ 258
Instruments of Payment	
Chapter 32 Documentary Collection	/ 265
Section One: Business Communications	/ 265
Both Sides Make Some Concessions	
Section Two: Text	/ 266
Procedures of Documentary Collection	
Section Three: Exercises	/ 276
Section Four: Biz Fueling Station	/ 280

Section Five: Business Reading / 281

DP and DA

Chapter 33 Letter of Credit / 286

Section One: Business Communications / 286

Accepting Payment by D/P

Section Two: Text / 287

Documentary Credit

Section Three: Exercises / 296

Section Four: Biz Fueling Station / 300

Section Five: Business Reading / 301

Procedures & Types of L/C

UNIT 10 Shipment and Insurance / 307

Chapter 34 Modes of Transportation / 309

Section One: Business Communications / 309

Shipment

Section Two: Text / 310

Modes of Transport

Section Three: Exercises / 318

Section Four: Biz Fueling Station / 321

Section Five: Business Reading / 322

Clause of Shipment

Chapter 35 Insurance and Its History / 328

Section One: Business Communications / 328

Insuring the Glassware

Section Two: Text / 330

History of Insurance

Section Three: Exercises / 340

Section Four: Biz Fueling Station / 344

Section Five: Business Reading / 346

The Advantages of Your Own Ocean Cargo Policy

Chapter 36 Cargo Insurance / 350

Section One: Business Communications / 350

Lodging a Claim

Section Two: Text / 352

Risk Management and Cargo Insurance

Section Three: Exercises / 361

Section Four: Biz Fueling Station / 364

Section Five: Business Reading / 365

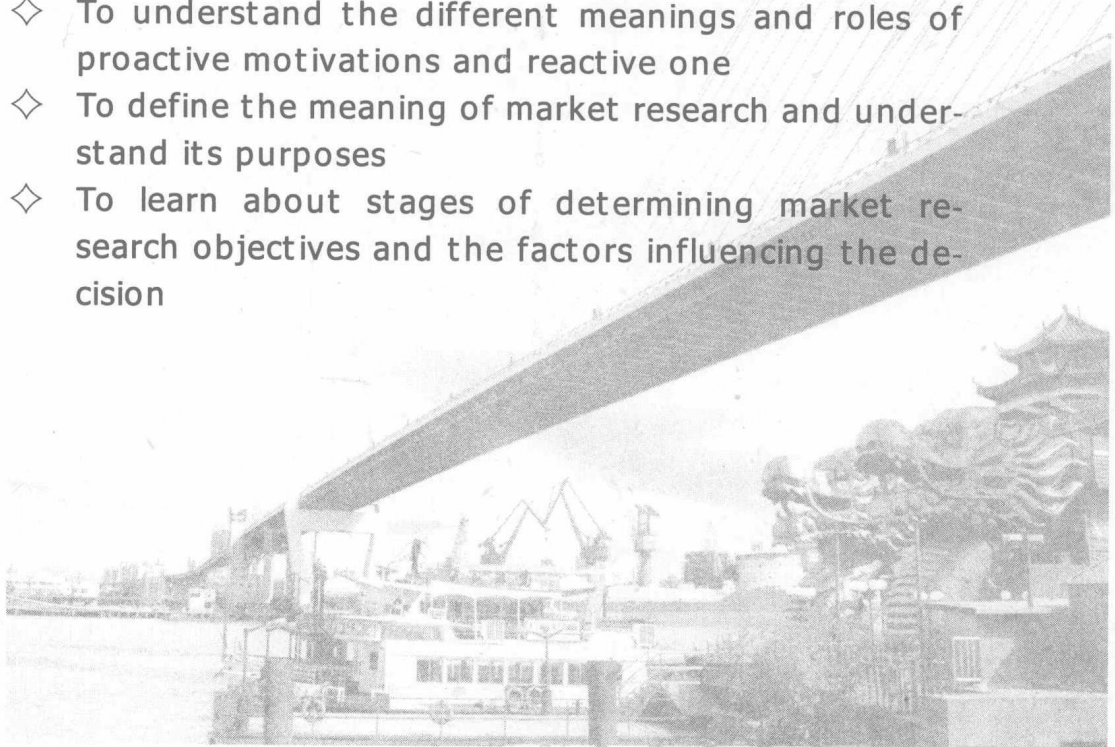
Ocean Marine Cargo Insurance Clauses

KEY TO EXERCISES / 370

UNIT 6 Preparation for International Market

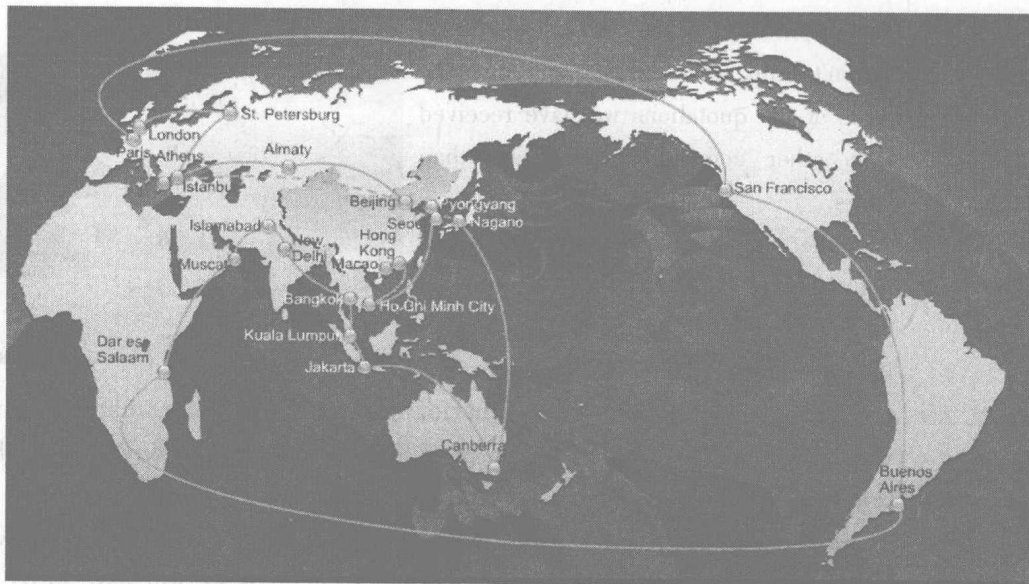
Learning Objectives

- ◇ To explore the different motivations for companies to turn their attention to the overseas markets
- ◇ To understand the different meanings and roles of proactive motivations and reactive one
- ◇ To define the meaning of market research and understand its purposes
- ◇ To learn about stages of determining market research objectives and the factors influencing the decision



4

Chapter 19 Motivations to Go Abroad



Section One: Business Communications

Making an Offer

Mr. David Louis, who inquired Mr. Huang Sijie, an export salesman of ABC Co. Ltd., about the prices of the company's silk blouses three days ago, is now here to get the offer.

Louis: Good to see you again! After the price inquiry last time, I reported what we had discussed here to our boss *in detail*. Now I have come to hear about your offer for your silk blouses.

Huang Sijie: Good to see you! Oh, yes. We have the offer ready for you now. Here it is. 2 500 silk blouses at 36 dollars per piece, *CIF* Tianjin, for shipment during October, 2008. Other terms and conditions remain the same *as usual*. The offer is **valid** for three days.

Louis: Why, your price has gone up **sharply**! It is 20% higher than last year. That's



incredible!

Huang Sijie: I'm not surprised to hear you say it. But as you know, the whole world is suffering **inflation** in 2008 and the costs of raw materials have been **soaring**. In addition, there has been a strong demand for this kind of blouses and such a demand will certainly lead to increased price. Our price is more competitive than any **quotation** you can get elsewhere.

Louis: I don't think so. I must point out that some of the quotations we have received from other companies are lower than yours.

Huang Sijie: My offer is based on reasonable profit, not on wild **speculations**. You must take our wonderful design and good quality into consideration. Everyone in this trade knows our products are of **superior** quality. To be frank with you, if we were not friends, we would hardly be willing to make you a *firm offer* at this price.

Louis: You're right. Your products are of high quality and we're old friends. But it will be very hard for us to push sales at this price. Perhaps we will have to try, I suppose.

Huang Sijie: Good. I'm sure it is a wise decision.



Section Two: Text



Motivations to Go Abroad

是不是所有的公司都怀有迈向国际市场的雄心壮志？为什么有些公司会有而另外一些公司却无动于衷？到底是哪些因素促使一些企业去开拓国际市场？本文将对这些问题做出简要的回答。

Is every company ambitious enough to go abroad? Why do some have while others seem to show no interest in that? What on earth are the motivations which push firms along the international path? This text will offer you a brief answer to those questions.

Normally, **management** will consider international activities only when **stimulated** to do