

新世界
NEW WORLD

商务英语系列教材



国际

商务英语

综合教程 辅导用书

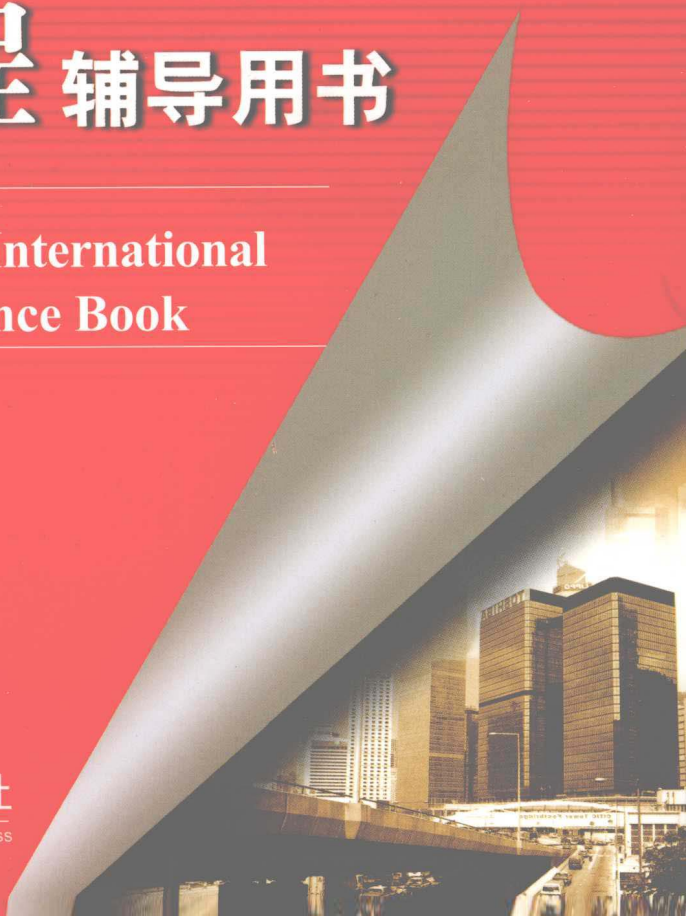
An Integrated Course in International
Business English Reference Book

廖 瑛 主编



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press



新世界商务英语系列教材

New World Business English

国际商务英语综合教程 辅导用书

主 编	廖 瑛				
副主编	陈 洁	刘 兴	王小玲	彭 坚	
编 委	胡志雯	禹金林	杨 萍	阳兰梅	
	廖越英	单晓晖	石 颖	余 婷	

对外经济贸易大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务英语综合教程辅导用书/廖瑛主编. —北京:
对外经济贸易大学出版社, 2008
(新世界商务英语系列教材)
ISBN 978-7-81134-174-4

I. 国… II. 廖… III. 国际贸易 - 英语 - 高等学校 - 教
学参考资料 IV. H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 102612 号

© 2008 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

国际商务英语综合教程辅导用书

廖 瑛 主编

责任编辑: 胡小平

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
开本尺寸: 787×960 1/16 8.5 印张 176 千字
2008 年 7 月北京第 1 版 2008 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-174-4

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 14.00 元

前 言

改革开放政策深入人心,中国经济发展迅速,国际商务活动日益频繁。学商务英语、用商务英语的人日益增多,许多高校都开设了商务英语专业,甚至建立了商务英语系,但是苦于没有系统的、内容地道的商务英语教材。《国际商务英语综合教程》及其姊妹篇《国际商务英语综合教程辅导用书》就是在作者继近几年来编著了《新编外贸英语口语教程》、《实用英语口语教程》、《实用英语口语训练》、《实用外贸谈判英语》、《实用外贸英语函电》(第二版)、《实用商务公关英语——口语》、《实用商务公关英语——应用文写作》、《国际商务英语——商务理论、语言与实务》和《国际商务英语语言与翻译研究》(第二版)等书之后,又一部理论性和实用性很强、应用范围很广的教材。本教程与作者已出版的上述教材,各校可根据各专业需要自选配套使用。

本书设有《国际商务英语综合教程》的课文译文、专业术语注释译文、练习答案等供参考。

本教程由湖南大学外国语学院商务英语系硕士研究生导师廖瑛教授任主编,陈洁、刘兴、王小玲和彭坚任副主编,参加编写工作的还有胡志雯、禹金林、杨萍、阳兰梅、廖越英、单晓晖、石颖和余婷等。

在编写过程中,本书作者出于对经贸知识的考虑,参考并借鉴了国内外出版的有关书籍和资料,从中获得很大的启示,在此谨致谢意。

由于作者水平有限,书中不妥之处在所难免,欢迎同行专家和广大读者不吝赐教。

廖 瑛

2008年3月于湖南大学外国语学院

“新世界商务英语系列教材”编委会

总顾问

陈准民(对外经济贸易大学)

编委会主任委员(按姓氏笔划为序)

丁衡祁(对外经济贸易大学)

王立非(对外经济贸易大学)

王关富(对外经济贸易大学)

车丽娟(东北财经大学)

邬孝煜(上海对外贸易学院)

陈 洁(上海对外贸易学院)

沈素萍(对外经济贸易大学)

陈振东(上海财经大学)

宫桓刚(东北财经大学)

郭桂杭(广东外语外贸大学)

“新世界商务英语系列教材(本科)”编委会

编委会委员(按姓氏笔划为序)

丁衡祁	丁崇文	王立非	王关富
王燕希	江 春	邢建玉	沈素萍
陈小全	陈延军	杨伶俐	张海森
张翠萍	李 丽	俞利军	郭桂杭
常玉田	窦卫霖		

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与对外经济贸易大学、东北财经大学、广东外语外贸大学、上海财经大学、上海对外贸易学院等院校联手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。研究生层次的商务英语适用于全国各高等院校商务英语方向以及财经类专业的硕士研究生。整体思路贯彻《研究生英语教学大纲》和《考试大纲》,适应全国研究生英语教学发展的新要求。本套全国高等院校研究生商务英语系列教材由阅读教程、翻译教程、写作教程、听说教程以及配套多媒体课件组成。

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和国际贸易、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按照教学模式设置,包括语言技能教材和商务谈判、国际贸易实务、外贸英文制单、商务礼仪等商务知识核心教材。

针对本科层次商务英语教学模式和课程设置,商务英语方面的教材涵盖下述三大模块,即语言技能、混合模块(语言技能+专业知识)、商务专业知识。

第一:语言技能

高级商务英语听说
商务翻译(英译汉)
商务翻译(汉译英)
国际经贸文章选读
商务英语阅读

商务英语写作
实用经贸英语口语
商务英语口译
商务英语综合教程
英语商务信函写作

第二:语言技能+专业知识

人力资源管理专业英语
国际商法专业英语
国际贸易专业英语
金融专业英语
饭店管理专业英语

国际经济合作专业英语
工商管理专业英语
证券专业英语
银行专业英语
国际经济专业英语

国际营销专业英语
海关专业英语

国际投资专业英语
旅游管理专业英语

第三:商务专业知识

跨文化商务交流
商务广告
国际贸易实务(英文版)

国际商务礼仪
经济学导论(英文版)

上述的每套子系列教材都自成体系,合在一起又形成了有机的整体。本套教材不是封闭的,而是随着教学模式、课程设置和课时的变化,不断推出新的教材。对外经济贸易大学出版社旨在广泛调动社会智力资源,与时俱进、推陈出新,整合出一套不断更新、日趋完整的商务英语系列教材,以实现我们为广大读者提供服务的口号“读经贸图书,做国际儒商”(Get versed in economic and commercial subjects, and succeed in the international business arena.)。

编撰者们不仅具有丰富的语言教学经验,而且具备商务活动的实践经验,或者曾任驻外商务领事,或者获得工商管理、经济学等商科专业的硕士、博士学位。他们集教学经验和专业背景于一身,这是本套商务英语系列教材编撰质量的有力保证。

对外经济贸易大学出版社

2008年1月

目录 Contents

第一章 国际商务简介

(A Brief Introduction to International Business) (1)

1. 什么是商务? (What Is Business?) (1)
2. 什么是国际商务? (What Is International Business?) (1)
3. 国际商务活动范围 (The Scope of International Business Activities) (2)
4. 国际风险 (International Risk) (3)
5. 关于国际商法 (On International Business Law) (3)
6. 商业信用 (Commercial Credit) (4)
7. 关于国际商务管理 (On Management of International Business) (5)
8. 世界贸易组织简介 (A Brief Introduction to WTO) (6)

第二章 商务组织

(Business Organizations) (13)

1. 概述 (Introduction) (13)
2. 独资企业 (Sole Proprietorship) (13)
3. 一般合伙企业 (General Partnership) (14)
4. 有限合伙企业 (Limited Partnership) (15)
5. 合股公司 (Joint Stock Company) (15)
6. 公司 (Corporations) (16)
7. 跨国公司 (Transnational Corporations) (17)

第三章 经营方式

(Ways of Business) (24)

1. 概述 (Introduction) (24)
2. 批发 (Wholesaling) (24)
3. 零售 (Retailing) (25)
4. 特许经营权 (Franchising) (26)
5. 代理 (Agency) (28)
6. 电子商务 (Electronic Commerce) (29)

第四章 经济学入门

- (*A Guide to Economics*) (35)
1. 什么是经济学? (What Is Economics?) (35)
 2. 什么是宏观经济学? (What Is Macroeconomics?) (35)
 3. 货币和财政政策 (Monetary and Fiscal Policy) (36)
 4. 什么是微观经济学? (What Is Microeconomics?) (36)
 5. 需求曲线 (The Demand Curve) (36)
 6. 供给曲线 (The Supply Curve) (37)
 7. 均衡价格 (The Equilibrium Price) (37)
 8. 需求变化和需求量变化的关系 (Changes in Demand Versus Changes in Quantity Demanded) (38)
 9. 供给变化和供给数量变化的关系 (Changes in Supply Versus Changes in Quantity Supplied) (38)

第五章 竞争的种类

- (*Types of Competition*) (42)
1. 纯粹/完全竞争 (Pure Competition) (42)
 2. 垄断竞争 (Monopolistic Competition) (42)
 3. 寡头垄断 (Oligopoly) (43)
 4. 垄断 (Monopoly) (43)

第六章 市场经济

- (*Market Economy*) (46)
1. 市场与市场经济 (Market and Market Economy) (46)
 2. 价格 (Price) (46)
 3. 供给和需求 (Supply and Demand) (47)
 4. 市场价格 (Market Price) (47)

第七章 国际贸易实务简介

- (*A Brief Introduction to International Business Practice*) (51)
1. 概述 (Introduction) (51)
 2. 业务准备工作 (Business Preparatory Work) (51)
 3. 交易磋商 (Business Negotiation) (51)
 4. 签约 (The Signing of a Contract) (53)
 5. 出口合同的履行 (The Performance of an Export Contract) (54)

6. 进口合同的履行(The Performance of an Import Contract)	(56)
第八章 国际贸易术语及定价原则	
(<i>International Trade Terms and Pricing Principles</i>)	(61)
1 概述(Introduction)	(61)
2. 《2000 年国际贸易术语解释通则》中贸易术语的定义(Definition of the Trade Terms in <i>Incoterms 2000</i>)	(63)
3. 如何确定进出口商品的价格?(How to Determine the Price for Imports and Exports?)	(67)
4. 计价货币的选择(Selection of Money of Account)	(67)
5. 佣金与折扣(Commission and Discount)	(68)
6. 其他非价格商业术语(Other Non-price Commercial Technical Terms)	(68)
第九章 营销	
(<i>Marketing</i>)	(72)
1. 什么是营销?(What Is Marketing?)	(72)
2. 营销观念(The Marketing Concept)	(72)
3. 营销和效用(Marketing and Utility)	(73)
4. 目标市场(The Target Market)	(73)
5. 工业市场(The Industrial Market)	(74)
6. 政府和机构市场(Government and Institutional Markets)	(74)
7. 消费者市场(The Consumer Market)	(75)
8 消费品的类别(Classess of Consumer Goods)	(75)
第十章 营销组合与产品促销	
(<i>The Marketing Mix and Product Promotion</i>)	(79)
1. 营销组合(The Marketing Mix)	(79)
2. 产品策划(Product Planning)	(79)
3. 产品定价(Product Pricing)	(80)
4. 选择市场(Selecting the Market)	(80)
5. 产品促销(Product Promotion)	(80)
6. 作广告(Advertising)	(80)
7. 产品包装(Product Packaging)	(81)
8 打破语言障碍(Breaking the Language Barriers)	(81)

第十一章 国际支付与结算

(<i>International Payments and Settlements</i>)	(86)
1. 概述(Introduction)	(86)
2. 信用工具(Credit Instruments)	(87)
3. 汇票(Bill of Exchange)	(88)
4. 本票与支票(Promissory Note and Cheque)	(92)
5. 汇款(Remittance)	(93)
6. 国际贸易支付条件与支付方式——预付货款, 赊账业务及托收 (Terms and Methods of Payment in International Trade — Payment in Advance, Open Account Business and Collection)	(94)
7. 国际贸易支付条件与支付方式——信用证(Terms and Methods of Payment in International Trade — Letters of Credit (L/C))	(96)
8. 保证书(Guarantee)	(100)
9. 单据/Documents)	(101)

第十二章 国际商务谈判策略

(<i>Negotiation Strategies on International Business</i>)	(107)
1. 概述(Introduction)	(107)
2. 谈判前的准备工作(The Preparations for Business Negotiation)	(107)
3. 谈判中应注意的问题(The Notable Problem during the Process of Negotiation)	(108)
4. 文化差异对国际商务谈判的影响(The Impact of Cultural Differences on International Business Negotiations)	(110)

第一章

国际商务简介

1. 什么是商务？(What Is Business?)

传统上,商务仅指人们所需要的物品的交换或贸易。但是,今天商业有更为科学的定义,它是指为了利润而进行货物和劳务的生产、分配和销售的一种活动。商务包括生产,即产品的创造和劳务的提供、分配、销售和利润。将铁矿转化为机床零件就是一个很好的实例。由各种零件组成的机床需要从工厂运到市场或转移给机械经销商,这就是大家知道的分配过程。将产品和劳务交易成金钱就是销售。例如,将一台机床卖给某人成交得钱,或者一个机修工提供修理机床的服务而得钱,我们都称之为销售。

综上所述,我们可以说,商务是指生产、分配、销售一切活动的组合,通过这些活动,创造利润或经济盈余。任何一家商业公司其商务活动的主要目的就是创造利润,即支付一切开支后余下来的钱。所以创造利润或经济盈余是商业活动的基本目标。

2. 什么是国际商务？(What Is International Business?)

国际商务作为管理训练的一个领域具有跨国家边界商务活动的专门特征。这些活动可能是商品、服务、资金或人员的流动,技术、信息或者数据的转让活动,或者甚至是对雇员的监督活动。国际商务作为管理训练的一个分支出现,是由于跨国界的商业交易日益增长的范围和复杂性产生了新的、特殊的管理问题和政府政策问题。这些问题没有在传统的商业和经济领域里受到足够的注意。

商务(商业交易)延伸到不同的主权政治团体之间,在世界经济舞台上不是新现象。一些商业公司已在国外直接投资并在国外管理多年。主要在(但并不限于)采矿、石油、农业领域投资(开发)。然而,国外贸易从民族国家出现迄今已有悠久的历史。但是,自从第二次世界大战结束以来,国际商务活动的形式发生了奇异的变化。在许多国家里,成千上万的公司已经发展成为具有所有权控制或其他跨国界联系的多国企业。这些企业持有对商业各方面的全球观点——从市场到资源,他们把市场和生产结合起来并发展到世界规模。

传统国际贸易一直在各个国家的独立公司之间的贸易形式中不断发展。但是,在整个过程中,贸易的重要性已经倾斜到跨国商业交易的其他形式上,并且更迅速地发展起来。

国际商务领域涉及各种类型的跨边界商业交易问题。这些问题也是国际公司和政府面临的问题。这个领域包括商品的国际交易、技术和数据这类无形商品的国际转让,以及国际服务的实行,如银行和交通服务。它给予多国企业特殊的关注——所谓多国企业,即一个把基地设在一个国家,却在一国或多国运作的企业——关注这些企业在国际上做生意的一整套方法。

3. 国际商务活动范围 (The Scope of International Business Activities)

国际商务活动的范围是一个包含重要的商业部门的广大范围。物质商品中的国际交易涉及矿产品、石油产品、农产品和生产活动。服务行业中的交易扩大到建筑、旅馆、旅游、商业咨询以及零售和批发部门;财政领域中的交易如商业和投资银行、证券和保险;航空和航海运输中的交易;及通讯媒介方面的交易如收音机、电视、电报、电话、杂志、书籍、报纸、新闻服务和电影。无形商品交易发生在技术、商标、跨国界资料的传递这样一些领域里。

国际商务活动还涉及可供公司在国际上做生意自由选择的广泛的范围,包括不同程度的外国直接投资的托收。即使公司在那个范围里承担了国外设备所有权,它们具有从建立销售公司、货栈、包装以及装配操作到全规模生产设备的选择权。

什么是国外直接投资,人们解释为使投资者有效地控制企业并参与管理的投资。相反,有价证券投资是为获得投资收入或者资金赢利,而不是获得企业收入的投资。我们经常很难决断哪个是直接投资,哪个是有价证券投资。

直接投资可以用许多方式来提供资金,而不是通过国外资金的运动。国外投资可以通过地方借款,国外收益的再投资,把非资金财产如技术等销售给国外分支机构,或者通过许可证费用和支付母公司管理服务费用来提供资金。更确切地说,直接国外投资作为国外资金形式没有很多的国际资金运动。

没有进行国外直接投资受托的公司,也可以从事国际商务活动。通过出口和进口、分支机构的国外公司的许可,销售技术,国外管理合同以及销售由承包商完全包办的工程来进行。在由一承包商完全包办的工程(即交钥匙工程)中,卖主计划、建造及将一套设施投入运行,然后转让给当地雇主。其实主收取服务费用,但通常不保持所有权利益。

除了国外管理的形式和规模的选择权,直接投资的方法提供了一个有关所有权形式的可能性。国外设备可以完全被拥有或者可能由一个或更多合股人组成的合资企业。该

合股者可能是私人公司或者是东道国政府,或者他们可能是不同民族的其他国际公司。

4. 国际风险(International Risk)

国际商务活动面对的特别风险因素包括金融、政治、规章和税务的风险。产生这些风险因素的原因有不同的货币、货币标准和国家目标。但是这些风险因素可以通过其对赢利或所有权的影响来进行估量。

金融风险因素涉及到考虑国际收支差额、改变兑换率、各国不同的通货膨胀倾向以及不同的利率。在政治领域里,当打算大批资金投资的时候,必须提前许多年考虑对国外公司直接没收或较小烦恼的风险。规章风险产生于不同的法律制度、部分重合的司法权和不同的政策,这些影响了诸如限制商业实务的规章制度和反托拉斯法的应用。在税收领域,财政政策中未预见到的变化能够极大影响多国企业的获利。而且,对税收法律应用得不确定经常造成重复纳税的风险。

人们逐渐认识到继续进行相当复杂的商务情报活动来识别和预告国际风险是必要的。理想的做法是,应该分析国际风险以获得潜在的导致风险产生的因素,对风险产生的可能性作出推断,并量化可能造成的(潜在的)损失代价。

5. 关于国际商法(On International Business Law)

国际商人的发展越过了国家边境,并且他们在许多国外法律环境下进行国际贸易活动。因此,世界商人完全不像国内商人,必须重视复杂多样的法律约束。在某些情况下,好些约束不仅是意义不明确的,而且也容易再发生变化。

什么是国际贸易法?可能给它下定义吗?在哪能够找到它?这些是与制定国际贸易政策的贸易管理者有关的一些问题。

贸易法影响一个企业进口、出口、运输、投资或者打算进行国际贸易活动时可能或不可能发生的贸易活动。比如,如果一项贸易活动要求人的运动,有必要磋商本国和东道国的内部法律,就会涉及到一些条款如签证、允许工作、雇佣协议和终止雇佣的原因等等。另一方面,如果需要商品运动,就涉及提高税收、反垄断、包装和广告问题。信息的转让涉及到专利权和商标问题。每宗国际贸易都增加了本国和东道国内部法律延伸到境外实行的可能性,这可能引起潜在的争端。国际贸易活动还要求磋商像欧洲共同市场这样的地区合伙贸易组织的贸易法则。最后,本国和东道国之间的双边和多边条约可能会影响国际贸易。

中国关于国际贸易的法规主要包括:《中华人民共和国中外合资经营企业法》、《中华

《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国涉外经济合同法》、《中华人民共和国外资企业法》、《中华人民共和国海关法》、《中华人民共和国出口关税条例》、《中华人民共和国中外合资经营企业所得税法施行细则》、《中华人民共和国外国企业所得税法实施细则》、《中华人民共和国中外合资经营企业法实施条例》及《中华人民共和国进出口商品检验条例》等等。

6. 商业信用(Commercial Credit)

汇付和托收属于商业信用,信用证属于银行信用。“信用”一词是指在对外贸易中货物的交接和货款的支付上由谁承担付款和提供货物所有权单据的责任问题。在汇付和托收项下,买方负责付款,卖方负责提交装船单据;在信用证交易项下,银行代表买卖双方负责付款和提交单据。

对外贸易的货款如采用汇付,由买方按合同约定的条件和时间,将货款通过银行主动汇给卖方。买方在汇款时可采用三种不同的方法。

1) 信汇

买方将款项交给进口地银行,该银行开具付款委托书,通过邮递寄交卖方所在地往来行,委托其向卖方付款。

2) 电汇

进口地银行应买方申请,直接用电报发出电报付款委托书给出口地往来行,委托其向卖方付款。

这种方法比信汇快,卖方可以提早收到货款,但买方却因此而要负担较高的费用。

3) 票汇

买方从进口地银行购买银行汇票,径直邮寄给卖方,由卖方或其指定的人持此汇票从出口地银行取款。

托收是第二种国际贸易支付方式。由卖方开具汇票并随附单据,把它交给当地银行(托收银行或受托银行)并提出托收申请,委托该银行通过它在进口地的代理行(代收银行),代向进口人收款。

因为托收银行指示代收银行直到买方承兑或支付汇票后才向他交单,这种方法排除了“先出后结”的许多弊病。买方缺乏商业信誉显然得到了防止,因为根据合同规定,他在承兑或支付汇票之前不能提取货物。

D/P 是付款单的缩写。在这种支付方式下,出口人指示托收行和代收行在国外的买方付清货款后才交出相关货运单据、出口人才发运货物。

买方可以把现金或银行汇票连同定单一起寄给卖方,但显而易见对这个做法会产生

异议。首先,从汇款时起到货物到达和销售,买方会积压资金,尤其在所订货物只能在订货后数月或数年后发运,买方的资金就积压得厉害。其次,买方可能不认识卖方,后者的商业信誉可能靠不住,手里安全地握着买方的现金或汇票,他可能会拒绝履行合同,留给买方的仅仅是向卖方起诉的权利。进一步而言,即使卖方履行他的义务,货物到达目的港时可能被发现质量低劣。诚然,买方或许能享受退货的权利,但退货不能补偿他花出去的钱。他将仍然被迫提起诉讼——也许不得不在外国进行法律诉讼。这种交易方式的弊病是十分明显的。

保险单是保险人签发的一种单证,它严格地规定了一笔保险业务的条款和条件——被保险人名称、保险货物名称、保险金额、载货船只名称、承保险别、保险期限和可能产生免责事项。它也是保险人和被保险人之间订立的书面契约。

保险凭证是一种简化的保险单,它有保险单上的必要项目,但它并不列出保险人和被保险人的权利和义务,它们应以正式保险单详细的保险条款为准。保险凭证与保险单具有同样的效力。

重量单是对外贸易领域内卖方售货时出具的单据,是说明每件货物的毛重和净重的凭证。它用于补充发票的不足之处,以便收货人或海关核对货物。

装箱单也是外贸领域内卖方售货时出具的单据,是说明商品名称和每件货物的净重、毛重、内部包装情况和内容的凭证。它也用于补充发票的不足之处,以便收货人在货物抵达目的港时区分和核对货物并向海关申报货物。

承运人可以不事先通知而开始卸货。如收货人不能及时将货物迅速从船边提取或拒绝提货,或发现无人认领货物,承运人有权将货物卸岸,或卸在其他适当场所,由托运人或收货人单独承担风险和费用,而承运人的交货责任应认为已经履行。

7. 关于国际商务管理(On Management of International Business)

在任何商业或有组织的活动中,管理起着主要作用。管理班子由负责各级组织的经理们组成,他们的任务是确保公司目标的执行和追求企业有效经营。除特殊工作外,绝大多数经理们都履行五项基本职能,这些管理职能是计划、组织、指示、协调和控制。

计划的作用是决定公司总体目标,并决定如何将这些目标完成得最好。经理们在选定行动方针前,要评估各种可供选择的计划,然后检查所选定的计划是否适合上级原定的目标。计划被列为管理的第一个功能,就是因为它是其他各项功能的依据。

组织是将计划落实成行动的过程,它部署各种资源,特别是人力资源,使总体目标得以实施。在这一阶段,经理们决定建立各种职位并确定其有关任务和责任,配备干部,选择合适人员担任合适的工作,这也是组织职能的一部分内容。