

 MARKETING

市场营销新潮丛书

现代营销交际英语

★ 赵军峰 潘德冰 编著



石油工业出版社

市场营销新潮丛书

郑继方 总策划

王煌今 主 编

现代营销交际英语

★ 赵军峰 潘德冰 编著

石油工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代营销交际英语/赵军峰,潘德冰编著.

北京:石油工业出版社,1995.10

(市场营销新潮丛书)

ISBN 7-5021-1517-X

I. 现…

II. ①赵…②潘…

III. 英语-语言读物-市场营销学-阅读教学

IV. H319.4

石油工业出版社出版

(100011 北京安定门外安华里2区1号楼)

新华书店北京发行所发行

*

850×1168 毫米 32开 9¼ 印张 192千字 印5001—10000

1995年10月北京第1版 1996年3月北京第2次印刷

定价:12.80元



市场营销新潮丛书编委会

顾 问 / 刘国光 彭星间 陈佳贵

夏振坤 甘碧群

主 编 / 王煌今

副主编 / 郑继方 潘德冰

编 委 / 王子明 王永凡 王毅成 邓绍英

刘平炎 刘学实 刘迎秋 吕福新

肖文斌 张 武 吴学谋 林青山

孟宪铎 徐志龙 徐敦楷 廖丹清

葛 苓 蔡玲平 康心浩 谢肃清

市场新观察
正世佳音

题词

“市场新观察”

丛书出版

刘国志

九二·六月

总序

市场营销学是一门年轻而新颖的科学。它伴随日益扩展的商业交往活动而成长起来，洋溢着智慧与机敏的闪光；它代表现代商业社会人类雄心勃勃的进取精神和悠久芬芳的文化传统之间完美的结合。

也许我们回溯这门学科的源头，甚至可以从16世纪威尼斯商人的钱袋中找到它的影子，但作为一门系统的科学，则是为了适应激烈的市场竞争的需要而于本世纪初出现于美国的。后来相继传到了日本和西欧，经过近一个世纪的丰富和发展，逐渐演变成为一门具有高度的艺术技巧、深邃的科学内容和浓郁的文化特色的经营科学。

市场营销的科学概念产生于工商企业的产品销售活动，随着实践的发展不断推陈出新、得以丰富和完善。尽管如此，当我们写下这个题目的时候，我们仍然应当向赛勒斯·麦考密克——这位生活在上个世纪中期的美国人表示敬意，因为正

是这位美国收割机公司的创始人，不仅发明了收割机，而且发明了一套市场研究、市场分析的方法，首开了服务员推销、为顾客提供零部件和服务以及分期付款等现代市场营销方式之先河。

市场营销思想最初的产生是自发的，是人们在解决市场交换中发生的各种问题的过程中所逐渐形成的。然而，它的出现对现代经济生活所造成的影响之大却难以估量：它给予成千上万的市场经营者以指导，为企业家的生产经营计划提供了蓝本，改变了人们对市场和消费的观点，甚至刷新了整个社会的价值观念和行为准则。因此，人们可以毫不过分地说：“很少有一门学科象市场营销学一样对社会产生过如此巨大的影响。”（Robert Bartels 罗伯特·巴塔语）

我国不断深化的改革开放，为现代市场营销理论与技术的传播、应用和发展造就了一块最为深厚而肥沃的土壤。社会主义市场经济体制的确立把数以几十万计的企业推到了市场竞争的风口浪尖。从传统计划经济和产品生产方式一步跨入现代市场经济的运作轨道，即便不能说是“惊险的一跃”，也意味着一场深刻的变革，人们将为此付出长期而艰辛的努力。使我们的经营者、企业家和管理人员最感不适的是对现代市场经济的价值观念、行为模式和运作技巧的多层面的陌生感。只有尽快建立起一套新的知识体系，才能克服这种眩

惑与无所适从,以应付外部环境与内部结构的剧变,适应改变时代的需要。

企业发展到今天,正面临着一个日益复杂的世界。它从当时的手工工场发展到现在的跨国公司,在这场巨变中,企业结构越来越复杂,技术越来越精密,竞争越来越激烈,市场越来越动荡。何况我们的企业又是作为新手进入这块开满鲜花同时又荆棘密布的商战“丛林”。因此,我们要求丛书的每一位作者必须贴近生活,接触企业实际,体现求实风格,磨去学院气的刻板成见,让朴实无华的案例来为现代市场营销理论作雄辩的声明和论证。

作为一套鼓动改革新潮的丛书,我们力图从我国社会主义市场经济发展现实需求出发,来把握当今世界范围内市场营销学发展跳动的脉搏。一个十分浅显的道理是:各国的经济发展阶段不同,社会经济结构不同、文化传统和风俗习惯不同,在引进市场营销理论与技术时,就必须根据实际情况加以调整,以适应自身的环境与条件。我们相信这一点一定会得到我国工商界人士的广泛认同。正是基于此种观念,这套丛书并不满足于追求标新立异的新潮概念,也不打算撇开现实需要而去构建什么宏伟的理论体系,而是致力于用事实和创见对我们管理中过去习以为常的成框进行无声的扬弃,在否定中重构一个崭新的世界,为我们

KAU 79/07

的企业经营管理人员揭开一片新的天地。

现代市场营销是一个生气勃勃的、富有挑战性和创造性的领域,许多工商界的巨子正是从这里起步踏上攀登财富金字塔的伟程。改革开放的中国呼唤名符其实的企业家,呼唤一代具有经营才能、掌握市场营销技巧的“弄潮儿”;市场竞争是现代人类较量智慧、崭露头角的理想空间。

中国正处在经济起飞的伟大时期。他山之石,可以攻玉。我们希望广大读者,特别是未来商界的巨子们能从这套丛书中得到启迪与新知,为风起云涌的国际市场添一道瑰丽的“东方景观”。

让我们把现代市场营销的技巧同追求生命超越的激情结合起来,在市场经济的舞台上演一幕波澜壮阔的“新潮”剧!

《市场营销新潮丛书》编委会

1995年10月

Contents

目录

Chapter One Business Talks and Interviews

第一章 商务会话及访谈——情景对话

1. Greetings and Introductions 问候与介绍 (3)
2. On the Arrival and Departure 迎来送往 (8)
3. Secretary and Telephone-calls 秘书与电话 (13)
4. Marketing and Management 营销与管理 (18)
5. Retail Business Talks 店员业务对话 (30)
6. International Trade Talks(with interpreter) 国际贸易洽谈
(带译员) (40)

Chapter Two Focus of Concern: Background Knowledge of Marketing

第二章 关心焦点：市场营销背景知识

1. The China Market Environment & Reform 中国市场环境与改革 (63)
 2. Approaches to International Market 打入国际市场的途径 (69)
 3. Market Research 市场调研 (73)
 4. Marketing Mix 市场营销组合 (78)
 5. Consumerism 用户至上主义 (84)
 6. Channels of Distribution 分销渠道 (88)
 7. Terms of Payment in International Trade 国际贸易支付方式 (92)
-

Chapter Three Reading Comprehension of Selections from Authentic Marketing Information

第三章 市场信息资料阅读和理解

1. A Marketing Research Report 市场调研报告 (105)
2. Sales Planning 销售计划 (110)
3. Minutes of Marketing Meeting 营销会议记录 (115)
4. Article from Newspaper: Gatt Re-entry Boosts Reform
报刊文摘：重新入关促进改革 (120)
5. Laws and Regulations 法律规范实例 (128)

Chapter Four Business Contracts Writing

第四章 商业合同写作

1. A Brief Introduction to Business Contracts 商业合同简介
..... (137)
 2. How to Draft Business Contracts 如何起草商业合同 (140)
 3. Samples of Business Contracts 商业合同举例 (142)
-

Chapter Five Marketing Advertisement & Its Application

第五章 营销广告及其应用

1. Advertising and Promotion 广告与促销 (157)
 2. Advertising Elements, Layout and Format 商业广告的构成、
布局与格式 (158)
 3. Advertising Classifications and Samples 营销广告的分类及
体例 (161)
 4. Advertising Language Style & Writing 广告文体特点及写作
..... (168)
-

Chapter Six Business Letters Writing

第六章 商业信函写作

1. Layout of Business Letters 商业信函的格式 (177)
2. Sales Letters and Circular Letters 销售信函及商务通知书
..... (185)

3. Letter of Complaint, Credit Inquiry and Reply 投诉、信用查询及复函	(195)
---	-------

Chapter Seven International Telecommunications

第七章 国际电讯

1. Cables and Telegrams 电报	(205)
2. International Telex (IT) 国际电传	(217)

Chapter Eight Miscellany

第八章 其他文件范例

1. Telephone Message 电话留言	(235)
2. Memorandum (memo) 备忘录	(238)
3. A Short Formal Report 简短正式报告	(240)
4. Commercial Invoice 商业发票	(242)
5. Samples and Catalogues 样品及目录	(244)
6. Receipts 收据	(246)
7. Letter of Credit 信用证	(248)

Appendixes 附录

Appendix I Marketing Glossary

附录一:市场营销术语汇编	(253)
--------------------	-------

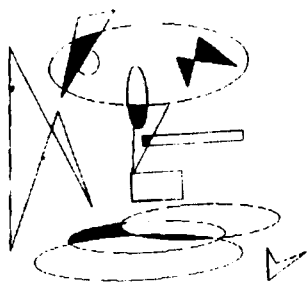
Appendix II Common International Economic Organizations

附录二:常见国际经济贸易组织	(266)
----------------------	-------

Appendix ■ Commonly-used Commercial Abbreviations

附录三:常用商业缩略语 (272)

Bibliography 主要参考书目 (282)



Chapter One

第一章

Business Talks and Interviews

商务会话与访谈——情景对话

*The limits of my language mean the limits of my
world.*

—**Ludwig Wittgenstein** (1889-1951)

1. Greetings and Introductions

问 候 与 介 绍

1.1. Basic Sentence Patterns 基本句型

1.1.1. Greetings

Good morning. 早上好。

Good afternoon. 下午好。

Good evening. 晚上好。

How do you do? 你好吗?

Hello/Hi. 喂。

How are you(today)? 你今天好吗?

—Fine, thanks. How about you? /And you? 很好, 谢谢, 你好吗?

How are you doing? 你好吗?