

時尚英語
趣文

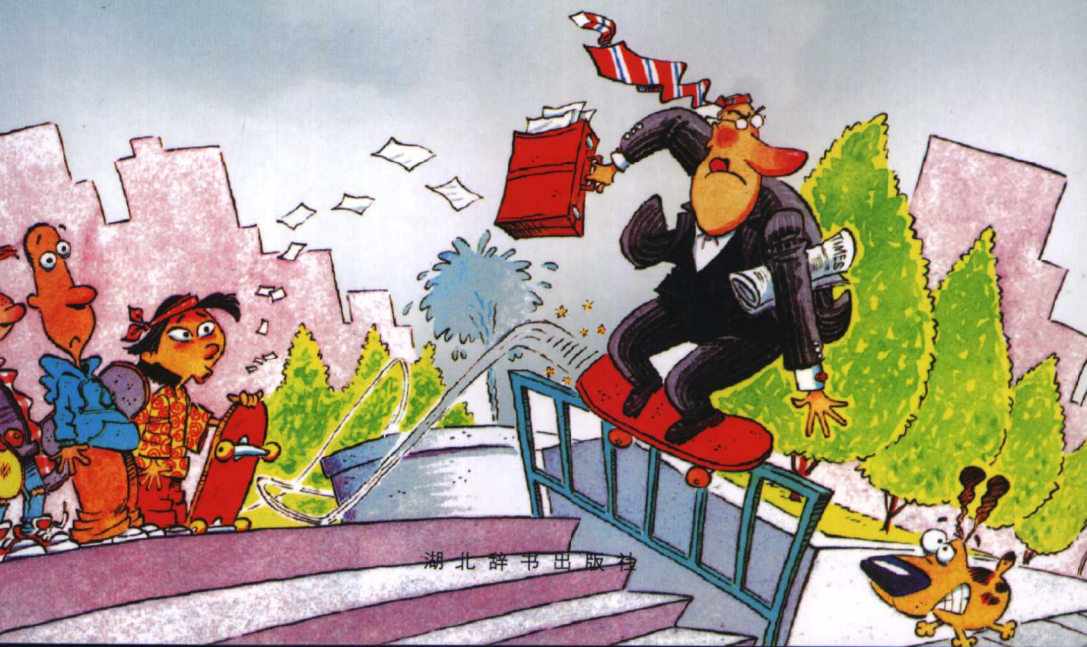
Why Phones are Replacing Cars

为什么电话正在取代汽车

财经话题

丛书主编：陈振东

本册主编：周 嵩



湖北辞书出版社

Why Phones are Replacing Cars

为什么电话正在取代汽车

财经话题

丛书主编：陈振东

本册主编：周 嵩

编 译：刘 懿

张旭瑞

裴丽红

刘 军

周继军



(鄂)新登字 07 号

图书在版编目 (CIP) 数据

为什么电话正在取代汽车: 财经话题/周崇编译.

武汉: 湖北辞书出版社, 2005.2

ISBN 7-5403-0860-5

I. 为… II. 周… III. 英语—对照读物—英、汉
IV. H319.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 005409 号

责任编辑: 刘 丹

出版发行: 湖北辞书出版社

(武汉市雄楚大街 268 号 B 座 430070)

印 刷: 华中科技大学印刷厂

(武汉市洪山区珞瑜路 1037 号 430074)

开 本: 890 × 1240 1/32

印 张: 5

版 次: 2005 年 3 月第 1 版

印 次: 2005 年 3 月第 1 次印刷

字 数: 140 千字

印 数: 0001—3000 册

定 价: 14.00 元

前言

本书要奉献给读者的是一盘时尚的色拉。

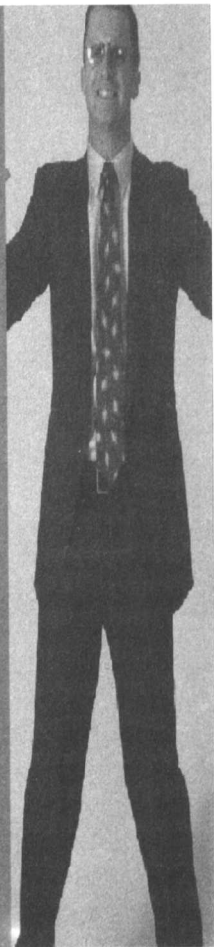
对时尚的理解见仁见智，如果说学习英语是一种时尚的话，附和的人应不在少数。随着我国对外开放的深入和市场经济的迅速发展，我国引进的外资逐年增加，2003年已超过500亿美元，超过美国成为世界上引进外资最多的国家。在这种形势下，在外企工作或是与外国人打交道的人越来越多，对英语的要求自然就越高。本书为读者提供的正是最新的英语文章，涉及的内容紧扣时代，力求让读者从原汁原味的英文中了解对领导艺术的最新阐

时尚的色拉

述、日益壮大的事务策划行业和自雇行业、不断增多的汽车办公一族和远程办公群体，既学习了英语，又增长了财经知识。

这是一个文化融合、信息爆炸的时代，如果专业的财经论著是一道大餐，本书带给你的就是一盘清新爽口的色拉——它不是居高临下地教授你管理公式或原理，而是用一篇篇精心挑选出的文章展示财经英语的方方面面，如：领导艺术或企业家精神（色拉酱），热门话题（番茄酱），事业或职场（火腿），公司或人物（土豆），各种建议（水果），谈判和营销等（蔬菜）。

由于这是一本翻译书，笔者在翻译的时候力求使读者在阅读汉语时能做到领会文章的真正含义，而不是看比英语更不知所云的东西。如果读者既能从中有所得，又乐在其中，这本书的目的也就达到了。



作者

2004年11月

目录 Contents

为什么电话正在取代汽车

Why Phones are Replacing Cars 06

手机如今是年轻人尤其是城市青年显示自己身份的主导性技术，就像上一代人对于汽车的选择一样。

返朴归真 Back to Basics 10

在这些不太明媚的日子里，经理们需要铭记一些古老的美德。

五十年后 Fifty Years Later 16

如今，许多已经改变了。美国的企业家人种多样化，性别以及年龄也不拘一格，而且越来越多的人开始经营服务业而不是制造业或者零售业。

危险度日 Living Dangerously 24

如今人们对于更为高度的风险的理解已不仅仅来自于基地组织。作为诸因素之一，经济全球化已加剧了我们的危机感。

七宗罪 The Seven Deadly Sins 30

在特定环境中，这七个论断的每一个都可能有一些是正确的，但是它们永远不应像现在这样成为一种信条。

高处不胜寒 Tough at the Top 34

每当经济活动变得萎靡不振时，公司领导们就得拼命让他们的公司保持动力。

文化冲击 Culture Shock 40

更重要的是那些经常跨文化谈判的人应该研究谈判对手的文化礼仪，社会伦理以及人生观点。



营销之道 The Science of Selling 42

汽车生产商长期以来利用性来推销他们的产品。但是近来，这种老伎俩又有了一个新的转向，或者说是两个转向DNA的双螺旋结构。

虚拟助理 Do the Laundry, Walk the Dog 46

虚拟世界，虚拟现实，虚拟办公室……在当今高科技的环境中，似乎一切都虚拟化了。

漫长上班路 The Long Commute 48

你在办公室中有自己的办公桌吗？那么好好把握它吧。

说“不”的艺术 Follow Your Nos 50

别急于得出结论。试着发现对方潜在的兴趣。这样你所发现的东西不仅可能使你惊奇，还有可能为轻松解决问题铺平道路。

向熟人们借启动资金 求助亲戚朋友借商务资本 Dialing Your Warm Market for Start-Up Dollars Approaching Friends and Family for Business Capital 54

有一句老的格言说永远不要借钱给亲戚朋友，现在让我们忘记它吧。把你喜欢的人想像成“温暖的市场”。

有益无害的霉菌营销 Viral Marketing Viral Marketing 58

它是一种新的营销捷径，可以使你的网站的访客数量剧增，而且使访客成为你的网站的忠实顾客；它非常经济，使你从你的广告投入中获得最多。



品牌之争 Battle of the Brand 64

问问一些企业家，品牌战略到底有多重要，你会得到不同的答案。

奇妙年代 The Wonderful Years 74

没有人确切的知道伟大的企业家是天生的还是后天培养的。但是全美国的父母和学校都承认教授给孩子企业家素质很有价值。

喜忧参半 A Mixed Blessing 84

天赐之物不是好处无穷的。如果处理不当，财富甚至可以转化为破产。如果企业家盲目于一些看上去好像很不错的黄金机会，这种过于乐观会导致过度扩张或过量使用资源。因为已经有为数不少的企业家把这个未来的祝福变成了诅咒。

小心上当 Green Eggs & Scam 92

行骗高手使用的方法——从传统的到高科技的。

爱在何方？ Where's the Love? 98

回想开始创业的那段日子，你心中充满喜悦。那时，对于新公司的兴奋渗透到生活中的每一个方面。

迷恋Google Ga-Ga for Google 106

你可能听说，也可能没听说过Google。
不管怎样，喜欢它的人越来越多，而且使用者越来越多。

名人生活 The Idol Life 114

快！想一下“企业家”这个词。你想到了谁？

怎样感谢你的顾客 10 Ways to Thank Your Customers 118

现在你顾客面前的桌子上已经摆了一封私人感谢信。与打电话不同的是，这封良好祝愿的信会在他的桌子上摆很久。



微软能被驯服吗？

Can Microsoft be Tamed?

122

微软大举进军某个新市场时，就与反垄断的政府机构成了对头。

女人想要什么 What Women Want

128

妇女肩负了太多的工作以及家庭重担，她们没有时间来研究思索每一个购物决定。将细心挑选过的选择机会提供给她们，比提供一个庞杂的面面俱到的选择面，更能赢得她们的芳心。

点击掉了 Clicking Away

134

你是否在以点击次数收费的搜索引擎例如Google或Overture上面为你的网站做广告？

疯狂的约会 Radical Rendezvous

138

呆滞的双眼，张开的嘴唇，下垂的舌头。

谈判妙诀——如何在谈判中快速达成协议，成为一名成功的谈判者

How to Avoid Ego Problems When Negotiations Stall Valuable Tips on Quickly Reaching an Agreement and Becoming a Powerful Negotiator

142

为什么你早早的做出了让步，却不能在谈判中获利？

金童银女 Golden Boys and Girls

148

尽管中国有着很高的储蓄率，但是由于他们看到自己长期的收入潜力，受过良好教育的青年人更少倾向于储蓄。

银行业的新时代

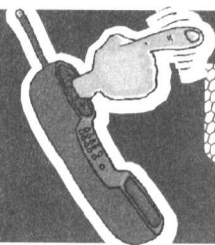
A New Era in Banking Begins

152

每天晚上，全美国都有数以百万计的现金支票在各地空运到各自相应的银行。从10月28日开始，高科技将开始尝试取代其中的很多航班。







WHY PHONES are Replacing Cars



"PARKS beautifully", boasts an advertising hoarding for the XDA II, above a glimpse of its sleek silver lines. "Responsive to every turn", declares another poster. Yet these ads, seen recently in London, are selling not a car, but an advanced kind of mobile phone. Maybe that should not be a surprise. Using automotive imagery to sell a handset makes a lot of sense for, in many respects, mobile phones are replacing cars.

Phones are now the dominant technology with which young people, and urban youths in particular, now define themselves. What sort of phone you carry and how you customise it says a great deal about yourself, just as the choice of car did for a previous generation. In today's congested cities, you can no longer make a statement by pulling up outside a bar in a particular kind of car. Instead, you make a similar statement by displaying your mobile phone, with its carefully chosen ringtone, screen logo and slip cover. Mobile phones, like cars, are fashion items: in both cases, people buy new ones far more often than is actually necessary. Both are social technologies that bring people together; for teenagers, both act as symbols of independence. And cars and phones alike promote freedom and mobility, with unexpected social consequences.

The design of both cars and phones started off being defined by something that was no longer there. Cars were originally horseless carriages, and early models looked suitably carriage-like; only later did car designers realise that cars could be almost any shape they wanted to make them. Similarly, mobile phones used to look much like the push-button type of fixed-line phones, only

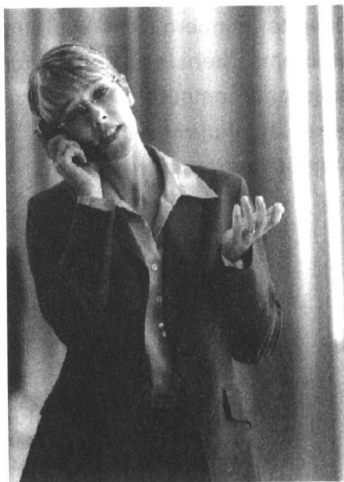
为什么 电话正在取代汽车

偶一瞥那花言巧语的银色广告字，一个XD A li的广告招贴板吹嘘着，“停得漂亮些”。另一张海报写着“每次转弯时一定要注意”。然而，这些常见于伦敦的广告不是在卖车，而是在推销一种先进的手机。这些可能不会令你感到惊奇。用汽车形象来促销手机在许多方面给人一种手机正在取代汽车的感觉。

手机如今是年轻人尤其是城市青年显示自己身份的主导性技术产品，就像上一代人对于汽车的选择一样，你使用什么类型的手机以及你如何赋予它个性化很大程度上说明了你的个性。在如今拥挤的城市中，开着一辆特别的汽车停在酒吧外已无法再表明你的个性了。相反，通过仔细挑选的铃声，屏幕标识和手机外壳展示你的手机，你同样可以展示你的个性。手机如同汽车一样是一种时尚：在这两种情况下，人们购买新款样式根本不是为了实际需要。两者又都是汇聚人类的社会科技；对于十多岁的小青年来说，两者都是独立自主的象征。而汽车和手机同样促进自由与流动性，有着无法估算的重要的社会意义。

最初汽车和手机的设计并不是它们现在的样子。汽车起初是无马的货运工具，而且早期的汽车模型看上去就像是运载货物用的；只是后来汽车设计者意识到汽车几乎可以被设计为任何他们想要的形式。同样，手机曾经看上去就像是按键式固定电话，只是没有电话线。但是现在他们有了一大批令人眼花缭乱的样式和尺寸。

更无法察觉的变化是，随着手机业结构的变化，它越来越与汽车工业相近。如同汽车制造者一样，手机制造者自己设计出一些模型再征集设计生产其他款式。一些专家公司为这两种工业提供特别的部件配装。表面上不同的产品是在两种工业许多相同的





Common underlying "platforms" in both industries, to reduce costs. In each case, branding and design are becoming more important as the underlying technology becomes increasingly interchangeable. In phones, as previously happened in cars, established western companies are facing stiff competition from nimbler Asian firms. Small wonder then that Nokia, the world's largest handset-maker, recruited its design chief, Frank Nuovo, from BMW.

That mobile phones are taking on many of the social functions of cars is to be welcomed. While it is a laudable goal that everyone on earth should someday have

a mobile phone, cars' ubiquity produces mixed feelings. They are a horribly inefficient mode of transport--why move a ton of metal around in order to transport a few bags of groceries?--and they cause pollution, in the form of particulates and nasty gases. A chirping handset is a much greener form of self-expression than an old banger. It may irritate but it is safe. In the hands of a drunk driver, a car becomes a deadly weapon. That is not true of a phone (though terrorists recently rigged mobile phones to trigger bombs in Madrid). Despite concern that radiation from phones and masts causes health problems, there is no clear evidence of harm, and similar worries about power lines and computer screens proved unfounded. Less pollution, less traffic, fewer alcohol-related deaths and injuries: the switch from cars to phones cannot happen soon enough.

基础平台上制造出来的，从而减少了成本。在每一个工业中，随着基础技术变得更具有相互转变性，品牌和设计变得更为重要了。如同曾经在汽车行业中发生过的一样，在电话工业中，老牌西方公司正面对着来自发展更为迅猛的亚洲公司的激烈竞争。因此世界最大的手机制造商诺基亚，从宝马公司招聘了弗兰克·钮沃为其首席设计师。

手机正取代了许多汽车的社会功能这一情况被人们欣然接纳。地球上的每个人有一天都将拥有一部手机是个值得称赞的目标，而汽车的普及性则带来了复杂的情感。它们是毫无效率的交通工具，为什么要为了运载几袋杂货而开动一吨重的金属四处逛呢？——而且它们还排出颗粒物与污秽的废气制造污染。一部嘀哒作响的手机比起一部老爷车来说，是一种更环保的自我表达的形式。它可能令人急躁，但是它很安全。对于喝醉的司机来说，汽车变成了一种致命武器。但是对于电话来说就不是这样（尽管恐怖主义者最近在马德里运用手机启动炸弹）。尽管手机及其天线的放射性物质会引起健康问题，但没有明确的证据能证明这种害处，而对于电力线和电脑屏幕危害的同样担忧也是没有根据的。更少的污染，更少的交通，更少的酒精相关的死亡事故和伤害：难怪从汽车到手机的转换会如此之快。





Back to Basics

In these less exuberant times, managers need to remember a few old-fashioned virtues, says Tim Hindle.

If bad times make good leaders, America is due for a host of them. The recession that began in March last year and the terrorist attacks on September 11th made 2001 an unforgettably awful year. At such times people react strangely. Some are frozen in indecision while others act with unnecessary haste. Across large corporations, such behaviour, multiplied many times, can be disastrous. At times of crisis, having the right people in the right place is vital. In a boom there is enough fat to absorb some bad judgments; in a recession, good management becomes a survival issue.

Dave Young, head of the Boston Consulting Group's Boston office, maintains that for many companies the downturn will turn out to be a blessing. "It means that, increasingly, value in the capital markets will accrue not to 'irrational exuberance' or to sector hype," he says, "but to good management." But what, in such circumstances, constitutes good management? It is certainly not something that can be conjured up out of the blue. Companies that have it now had it in good times too, and found it useful then; the difference is that in today's harsher climate it has become essential.

This survey suggests that the core of good management is a set of three old-fashioned virtues that were often forgotten in the bubble years, when anything seemed to go. At a minimum, good managers have to meet the following criteria:

- be honest;
- be frugal;
- be prepared.

Essential Virtues

Being honest, of course, is not just a matter of keeping within the law. Most managers do that, which is why the few who step outside it receive so much attention. For the law-abiding majority, it is a matter of escaping from self-

返朴归真

在这些不太明媚的日子里，经理们需要铭记一些古老的美德，蒂姆·辛德尔说。

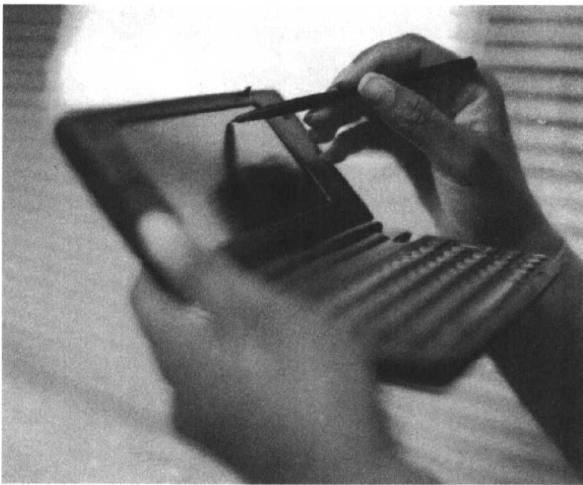
如果乱世造就优秀的领导，那现在的美国正可以出现一大批。去年3月开始的经济衰退以及9·11恐怖袭击使得2001年成为一个无法忘记的糟糕的一年。在这种时候，人们反应不同寻常。一些人因受惊而犹豫不决，另一些人行事过于仓促。大型企业如果也作出如此反应，结果则可能是灾难性的。在危机时刻，能有正确的人处在正确的位置是至关重要的。在经济繁荣期，公司有足够的空间弥补错误的判断造成的损失；在经济衰退期，好的管理就成为了生存的关键。



波士顿咨询公司波士顿办公处主任德福·杨认为，经济衰退对于许多公司来说是塞翁失马，焉知非福。“这意味着，资本市场的价值的增加将逐渐不取决于‘非理性的乐观’或炒作，”他说，“而取决于出色的管理。”但是在这种情况下，优秀的管理指什么？当然不是指什么虚无缥缈的东西，现在管理出色的公司在经济繁荣期同样管理出色，并在那时受益无穷。不同的是，在如今越来越糟糕的经济气候中，出色的管理已变得不可或缺。

这篇调查表明，优秀的管理的核心是三个古老的美德，在这个任何东西都容易失去的泡沫年代，它们常常为人们所忘却。最低限度，优秀的经理必须遵循以下的准则：

- 要诚实；
- 要节俭；
- 要有备无患。



delusion. That requires setting up systems in which rewards are not related to numbers which can be massaged and exaggerated at will.

Above all, it is a matter of being honest about a company's value and its potential. Warren Buffett, the chairman of Berkshire Hathaway and one of the most successful "value creators" in American business over the past 20 years, wrote in one of his celebrated annual letters to shareholders: "We do not want to

maximise the price at which Berkshire shares trade...we wish for them to trade in a narrow range centred at the intrinsic business value." Managers need to think about what is their own company's "intrinsic business value". And so do the investment bankers, analysts, consultants and the rest on the merry-go-round of business hype.

In a similar vein, being frugal is not just a matter of cutting costs in a downturn. It is a question of being sparing with resources at all times, of continually looking for new ways to cut costs, and of creating an atmosphere in which waste and excess are unacceptable, no matter what the market conditions are. The extremes to which Wal-Mart's managers take this--such as sharing bedrooms on business trips, and being expected to bring back free pens from conferences--may be counterproductive, to the point of repelling able managers. But the enduring success of many businesses--from Andrew Carnegie's and J.P. Morgan's in the 1900s to Warren Buffett's and Sam Walton's today--have been built on a frugality bordering on stinginess.

To those brought up in this traditional mould, the wild extravagance with which many dotcoms set about implementing their business plans in the late 1990s seemed to doom them from the first day. Before their online start-up had sold a single rag, the founders of boo.com, an Internet clothes shop, had splashed out on a small army of bodyguards, rivers of champagne and rows of seats on Concorde to attend meetings with their investment bankers. Fleets of Webvan vehicles, some having made scarcely a journey for the failed online grocer, now sit for sale in parking lots, silent witnesses to their

核心美德

诚实，当然，不只是指遵守法律。多数经理都能遵守法律，这就是为什么那些少数行事出轨的人会备受关注。对于那些遵纪守法的多数人，诚实就是避免自我欺骗。这需要建立一些机制，使得奖励不是基于那些能够随意解释和夸大的数字。

首先，要对公司的价值和潜力诚实。Berkshire Hathaway的主席以及过去20年美国商业界最成功的“价值创造者”之一沃伦·巴菲特在他写给股东的一封信享有盛誉的年信中写道：“我们不想使Berkshire的股票交易的价格最大化……我们希望股票在体现其内在的商业价值的小小的领域中进行交易。”经理们需要考虑一下他们自己公司的“内在商业价值”是什么。投资银行家、分析家、咨询师以及其他坐在商业界天花乱坠地报道的旋转木马上的人也是如此。

同样的，节俭不只是在经济衰退期削减成本。节俭是指自始至终节省资源，是指不断寻找新的削减成本的方法，也是指无论市场条件如何都创造一个杜绝浪费无度的氛围。沃尔玛经理例行此道的极端程度诸如在商业旅行时共享卧室，试图带回会议提供免费钢笔一类——可能会产生反效果，甚至赶走了能干的经理。但是许多公司的长久的成功——从20世纪90年代的安德

鲁·卡内基的公司和J.P. 摩根的公司到今天的沃伦·巴菲特的公司和萨姆·沃尔顿的公司——都是建立在近乎吝啬的节俭之上的。

那些在这种传统氛围中成长起来的公司看来，许多网络公司在20世纪90年代末执行它们商业计划时所表现出来的疯狂的奢侈浪费，似乎从第一天起就注定了他们会失败。在他们的在线新公司卖出一块碎布之前，网络服装店boo.com的创建者就已经花了大笔钱去雇佣一大群保镖，购买大量的香槟酒，频繁乘坐协和飞机去和他们的投资银行家开会。如今，成群的Webvan汽车，有些甚至还未被这倒闭的在线杂货店使用过，都停在停车场待售，它们默默目睹了自己主人如何浪费了十多亿美元。在利润已不再

