



21st CENTURY
实用规划教材

21世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材·国际贸易系列



国际经贸英语阅读教程

主 编 李晓娣 梁 河



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

014033817



21st CENTURY
实用规划教材

21世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材

H319.37

43

本书在参阅国内外材料的基础上，经过多次反复修改，力求做到概念清晰，重点突出，由浅入深，循序渐进，力求做到概念清晰，重点突出，由浅入深，循序渐进，力求做到概念清晰，重点突出，由浅入深，循序渐进。

国际经贸英语阅读教程

主 编 李晓娣 梁 河



H319.37
43



北航

C1722073



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书精选了原版英美专业教材、论文与报刊时文, 语言地道、规范, 知识性强, 并体现国际经济与贸易发展的前沿与热点。

本书共分为国际贸易理论与政策、国际贸易实务、国际金融、国际合作与跨国公司、国际营销与管理 5 个单元; 除了对经典国际贸易理论及政策进行系统讲解外, 还对国际贸易合同、运输与保险、货款收付、争端解决、国际收支、外汇与期权的相关知识给予了全面介绍, 并涉及了国际营销与跨国公司管理领域的重点与热点问题。

本书适用于经济与管理类专业和相关专业的学生、对外经贸工作人员以及感兴趣的自学人员。

图书在版编目(CIP)数据

国际经贸英语阅读教程/李晓娣, 梁河主编. —北京: 北京大学出版社, 2014.3

(21 世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材·国际贸易系列)

ISBN 978-7-301-23876-9

I. ①国… II. ①李… ②梁… III. ①国际贸易—英语—阅读教学—高等学校—教材 IV. ①H319.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 020544 号

书 名: 国际经贸英语阅读教程

著作责任者: 李晓娣 梁 河 主编

策划编辑: 王显超 李 虎

责任编辑: 王显超

标准书号: ISBN 978-7-301-23876-9/F·3855

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电子信箱: pup_6@163.com

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 北京大学印刷厂

经 销 者: 新华书店

787 毫米×960 毫米 16 开本 11.5 印张 158 千字

2014 年 3 月第 1 版 2014 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 25.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

21 世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材

专家编审委员会

主任委员 刘诗白

副主任委员 (按拼音排序)

韩传模

李全喜

王宗萍

颜爱民

曾 旗

朱廷珺

顾 问 (按拼音排序)

高俊山

郭复初

胡运权

万后芬

张 强

委 员 (按拼音排序)

程春梅

邓德胜

范 徽

冯根尧

冯雷鸣

黄解宇

李柏生

李定珍

李相合

李小红

刘志超

沈爱华

王富华

吴宝华

张淑敏

赵邦宏

赵 宏

赵秀玲

法律顾问 杨士富

丛 书 序

我国越来越多的高等院校设置了经济管理类学科专业，这是一个包括经济学、管理科学与工程、工商管理、公共管理、农业经济管理、图书档案学 6 个二级学科门类和 22 个专业的庞大学科体系。2006 年教育部的数据表明，在全国普通高校中，经济类专业布点 1518 个，管理类专业布点 4328 个。其中除少量院校设置的经济管理专业偏重理论教学外，绝大部分属于应用型专业。经济管理类应用型专业主要着眼于培养社会主义国民经济发展所需要的德智体全面发展的高素质专门人才，要求既具有比较扎实的理论功底和良好的发展后劲，又具有较强的职业技能，并且又要求具有较好的创新精神和实践能力。

在当前开拓新型工业化道路，推进全面小康社会建设的新时期，进一步加强经济管理人才的培养，注重经济理论的系统化学习，特别是现代财经管理理论的学习，提高学生的专业理论素质和应用实践能力，培养出一大批高水平、高素质的经济管理人才，越来越成为提升我国经济竞争力、保证国民经济持续健康发展的重要前提。这就要求高等财经教育要更加注重依据国内外社会经济条件的变化，适时变革和调整教育目标和教学内容；要求经济管理学科专业更加注重应用、注重实践、注重规范、注重国际交流；要求经济管理学科专业与其他学科专业相互交融与协调发展；要求高等财经教育培养的人才具有更加丰富的社会知识和较强的人文素质及创新精神。要完成上述任务，各所高等院校需要进行深入的教学改革和创新，特别是要搞好有较高质量的教材的编写和创新工作。

出版社的领导和编辑通过对国内大学经济管理学科教材实际情况的调研，在与众多专家学者讨论的基础上，决定编写和出版一套面向经济管理学科专业的应用型系列教材，这是一项有利于促进高校教学改革发展的重要措施。

本系列教材是按照高等学校经济类和管理类学科本科专业规范、培养方案，以及课程教学大纲的要求，合理定位，由长期在教学第一线从事教学工作的教师编写，立足于 21 世纪经济管理类学科发展的需要，深入分析经济管理类专业本科学生现状及存在的问题，探索经济管理类专业本科学生综合素质培养的途径，以科学性、先进性、系统性和实用性为目标，其编写的特色主要体现在以下几个方面：

(1) 关注经济管理学科发展的大背景，拓宽理论基础和专业知识的，着眼于增强教学内容与实际的联系和应用性，突出创造能力和创新意识。

(2) 体系完整、严密。系列涵盖经济类、管理类相关专业以及与经管相关的部分法律类课程，并把握相关课程之间的关系，整个系列丛书形成一套完整、严密的知识结构体系。

(3) 内容新颖。借鉴国外最新的教材，融会当前有关经济管理学科的最新理论和实践经验，用最新知识充实教材内容。

(4) 合作交流的成果。本系列教材是由全国上百所高校教师共同编写而成，在相互进行学术交流、经验借鉴、取长补短、集思广益的基础上，形成编写大纲。最终融合了各地特点，具有较强的适应性。

(5) 案例教学。教材具备大量案例研究分析内容，让学生在在学习过程中理论联系实际，特别列举了我国经济管理工作中的大量实际案例，这可大大增强学生的实际操作能力。

(6) 注重能力培养。力求做到不断强化自我学习能力、思维能力、创造性解决问题的能力以及不断自我更新知识的能力，促进学生向着富有鲜明个性的方向发展。

作为高要求，财经管理类教材应在基本理论上做到以马克思主义为指导，结合我国财经工作的新实践，充分汲取中华民族优秀传统文化和西方科学管理思想，形成具有中国特色的创新教材。这一目标不可能一蹴而就，需要作者通过长期艰苦的学术劳动和不断地进行教材内容的更新才能达成。我希望这一系列教材的编写，将是我国拥有较高质量的高校财经管理学科应用型教材建设工程的新尝试和新起点。

我要感谢参加本系列教材编写和审稿的各位老师所付出的大量卓有成效的辛勤劳动。由于编写时间紧、相互协调难度大等原因，本系列教材肯定还存在一些不足和错漏。我相信，在各位老师的关心和帮助下，本系列教材一定能不断地改进和完善，并在我国大学经济管理类专业学科的教学改革和课程体系建设中起到应有的促进作用。

刘诗白

2007年8月

刘诗白 现任西南财经大学名誉校长、教授，博士生导师，四川省社会科学联合会主席，《经济学家》杂志主编，全国高等财经院校资本论研究会会长，学术团体“新知研究院”院长。

前 言

本书精选了原版英美专业教材、论文与报刊时文,语言地道、规范,知识性强,力争体现国际经济与贸易发展的前沿与热点,旨在为国际经济与贸易专业的学生和从事经贸与管理行业的人员提供指导与参考。

本书共分为国际贸易理论与政策、国际贸易实务、国际金融、国际合作与跨国公司、国际营销与管理 5 个单元;除了对经典国际贸易理论及政策进行系统讲解外,还对国际贸易合同、运输与保险、货款收付、争端解决、国际收支、外汇与期权的相关知识给予了全面介绍,并涉及了国际营销与跨国公司管理领域的重点与热点问题。

本书根据教师多年的国际经贸英语授课经验,在将教师角色设定为学生学习专业英语的指导者和促进者的基础上,按照启发式与激发式教学的需要进行编写。书中各单元均设有精读、泛读、补充阅读、课文注释、词汇及扩展以及网络学习资料六部分内容,符合学生的学习规律与习惯,具有较强的可拓展性和引导性。

本书由来自哈尔滨工程大学教师编写。教材的框架和提纲经集体讨论拟定。全书由哈尔滨工程大学李晓娣、梁河担任主编并进行统稿审定。在编写的过程中,编者力争使本教材体现出国际经济与贸易发展的前沿与热点,旨在为从事经济与贸易专业的人员提供指导与参考。本书适用于经济与管理类专业和相关专业的学生、对外经贸工作人员以及感兴趣的自学人员。

本书在写作过程中,参阅和引用了国内外的文献和著作,在此表示感谢!

由于编者水平有限,书中疏漏之处在所难免,希望读者批评指正。

编 者

2014 年 1 月

于哈尔滨

北京大学出版社本科财经管理类实用规划教材 (已出版)

财务会计类

序号	书 名	标准书号	主 编	定价	序号	书 名	标准书号	主 编	定价
1	基础会计(第2版)	7-301-17478-4	李秀莲	38.00	24	财务管理理论与实务	7-301-20042-1	成 兵	40.00
2	基础会计学	7-301-19403-4	窦亚芹	33.00	25	税法与税务会计实用教程(第2版)	7-301-21422-0	张巧良	45.00
3	会计学	7-81117-533-2	马丽莹	44.00	26	财务管理理论与实务(第2版)	7-301-20407-8	张思强	42.00
4	会计学原理(第2版)	7-301-18515-5	刘爱香	30.00	27	公司理财原理与实务	7-81117-800-5	廖东声	36.00
5	会计学原理习题与实验(第2版)	7-301-19449-2	王保忠	30.00	28	审计学	7-81117-828-9	王翠琳	46.00
6	会计学原理与实务(第2版)	7-301-18653-4	周慧滨	33.00	29	审计学	7-301-20906-6	赵晓波	38.00
7	会计学原理与实务模拟实验教程	7-5038-5013-4	周慧滨	20.00	30	审计理论与实务	7-81117-955-2	宋传联	36.00
8	会计实务	7-81117-677-3	王远利	40.00	31	会计综合实训模拟教程	7-301-20730-7	章洁倩	33.00
9	高级财务会计	7-81117-545-5	程明娥	46.00	32	财务分析学	7-301-20275-3	张献英	30.00
10	高级财务会计	7-5655-0061-9	王奇杰	44.00	33	银行会计	7-301-21155-7	宗国恩	40.00
11	成本会计学	7-301-19400-3	杨尚军	38.00	34	税收筹划	7-301-21238-7	都新英	38.00
12	成本会计学	7-5655-0482-2	张红漫	30.00	35	基础会计学	7-301-16308-5	晋晓琴	39.00
13	成本会计学	7-301-20473-3	刘建中	38.00	36	公司财务管理	7-301-21423-7	胡振兴	48.00
14	管理会计	7-81117-943-9	齐殿伟	27.00	37	财务管理学实用教程(第2版)	7-301-21060-4	骆永菊	42.00
15	管理会计	7-301-21057-4	彭芳珍	36.00	38	政府与非营利组织会计	7-301-21504-3	张 丹	40.00
16	会计规范专题	7-81117-887-6	谢万健	35.00	39	预算会计	7-301-22203-4	王筱萍	32.00
17	企业财务会计模拟实习教程	7-5655-0404-4	董晓平	25.00	40	统计学实验教程	7-301-22450-2	裘雨明	24.00
18	税法与税务会计	7-81117-497-7	吕孝侠	45.00	41	基础会计实验与习题	7-301-22387-1	左 旭	30.00
19	初级财务管理	7-301-20019-3	胡淑姣	42.00	42	基础会计	7-301-23109-8	田凤彩	39.00
20	财务管理学原理与实务	7-81117-544-8	严复海	40.00	43	财务会计学	7-301-23190-6	李柏生	39.00
21	财务管理学	7-5038-4897-1	盛均全	34.00	44	会计电算化	7-301-23565-2	童 伟	49.00
22	财务管理学	7-301-21887-7	陈 玮	44.00	45	中级财务会计	7-301-23772-4	吴海燕	49.00
23	基础会计学学习指导与习题集	7-301-16309-2	裴 玉	28.00	46	会计规范专题(第2版)	7-301-23797-7	谢万健	42.00

工商管理、市场营销、人力资源管理、服务营销类

序号	书 名	标准书号	主 编	定价	序号	书 名	标准书号	主 编	定价
1	管理学基础	7-5038-4872-8	于千千	35.00	15	统计学原理	7-5038-4888-9	刘晓利	28.00
2	管理学基础学习指南与习题集	7-5038-4891-9	王 珍	26.00	16	统计学	7-5038-4898-8	曲 岩	42.00
3	管理学	7-81117-494-6	曾 旗	44.00	17	应用统计学(第2版)	7-301-19295-5	王淑芬	48.00
4	管理学	7-301-21167-0	陈文汉	35.00	18	统计学原理与实务	7-5655-0505-8	徐静霞	40.00
5	管理学	7-301-17452-4	王慧娟	42.00	19	管理定量分析方法	7-301-13552-5	赵光华	28.00
6	管理学原理	7-5655-0078-7	尹少华	42.00	20	新编市场营销学	7-81117-972-9	刘丽霞	30.00
7	管理学原理与实务(第2版)	7-301-18536-0	陈嘉莉	42.00	21	公共关系理论与实务	7-5655-0155-5	李泓欣	45.00
8	管理学实用教程	7-5655-0063-3	邵喜武	37.00	22	质量管理	7-5655-0069-5	陈国华	36.00
9	管理学实用教程	7-301-21059-8	高爱霞	42.00	23	企业文化理论与实务	7-81117-663-6	王水嫩	30.00
10	管理学实用教程	7-301-22218-8	张润兴	43.00	24	企业战略管理	7-81117-801-2	陈英梅	34.00
11	通用管理知识概论	7-5038-4997-8	王丽平	36.00	25	企业战略管理实用教程	7-81117-853-1	刘松先	35.00
12	管理学原理	7-301-21178-6	雷金荣	39.00	26	产品与品牌管理	7-81117-492-2	胡 梅	35.00
13	管理运筹学(第2版)	7-301-19351-8	关文忠	39.00	27	东方哲学与企业文化	7-5655-0433-4	刘峰涛	34.00
14	统计学原理	7-301-21061-1	韩 宇	38.00	28	市场营销学	7-301-21056-7	马慧敏	42.00

序号	书名	标准书号	主编	定价	序号	书名	标准书号	主编	定价
29	市场营销学: 理论、案例与实训	7-301-21165-6	袁连升	42.00	60	组织行为学实用教程	7-301-20466-5	冀 鸿	32.00
30	市场营销学	7-5655-0064-0	王槐林	33.00	61	现代组织理论	7-5655-0077-0	岳 澎	32.00
31	国际市场营销学	7-301-21888-4	董 飞	45.00	62	人力资源管理(第2版)	7-301-19098-2	颜爱民	60.00
32	市场营销学(第2版)	7-301-19855-1	陈 阳	45.00	63	人力资源管理经济分析	7-301-16084-8	颜爱民	38.00
33	市场营销学	7-301-21166-3	杨 楠	40.00	64	人力资源管理原理与实务	7-81117-496-0	邹 华	32.00
34	国际市场营销学	7-5038-5021-9	范应仁	38.00	65	人力资源管理实用教程(第2版)	7-301-20281-4	吴宝华	45.00
35	现代市场营销学	7-81117-599-8	邓德胜	40.00	66	人力资源管理: 理论、实务与艺术	7-5655-0193-7	李长江	48.00
36	市场营销学新论	7-5038-4879-7	郑玉香	40.00	67	政府与非营利组织会计	7-301-21504-3	张 丹	40.00
37	市场营销理论与实务(第2版)	7-301-20628-7	那 薇	40.00	68	会展服务管理	7-301-16661-1	许传宏	36.00
38	市场营销学实用教程	7-5655-0081-7	李晨耘	40.00	69	现代服务业管理原理、方法与案例	7-301-17817-1	马 勇	49.00
39	市场营销学	7-81117-676-6	戴秀英	32.00	70	服务性企业战略管理	7-301-20043-8	黄其新	28.00
40	消费者行为学	7-81117-824-1	甘瑁琴	35.00	71	服务型政府管理概论	7-301-20099-5	于千千	32.00
41	商务谈判(第2版)	7-301-20048-3	郭秀君	49.00	72	新编现代企业管理	7-301-21121-2	姚丽娜	48.00
42	商务谈判实用教程	7-81117-597-4	陈建明	24.00	73	创业学	7-301-15915-6	刘沁玲	38.00
43	消费者行为学	7-5655-0057-2	肖 立	37.00	74	公共关系学实用教程	7-301-17472-2	任焕琴	42.00
44	客户关系管理实务	7-301-09956-8	周贺来	44.00	75	现场管理	7-301-21528-9	陈国华	38.00
45	公共关系学	7-5038-5022-6	于朝晖	40.00	76	现代企业管理理论与应用(第2版)	7-301-21603-3	邸彦彪	38.00
46	非营利组织	7-301-20726-0	王智慧	33.00	77	服务营销	7-301-21889-1	熊 凯	45.00
47	公共关系理论与实务	7-5038-4889-6	王 玫	32.00	78	企业经营ERP沙盘应用教程	7-301-20728-4	董红杰	32.00
48	公共关系学实用教程	7-81117-660-5	周 华	35.00	79	项目管理	7-301-21448-0	程 敏	39.00
49	跨文化管理	7-301-20027-8	晏 雄	35.00	80	公司治理学	7-301-22568-4	蔡 锐	35.00
50	企业战略管理	7-5655-0370-2	代海涛	36.00	81	管理学原理	7-301-22980-4	陈 阳	48.00
51	员工招聘	7-301-20089-6	王 挺	30.00	82	管理学	7-301-23023-7	申文青	40.00
52	服务营销理论与实务	7-81117-826-5	杨丽华	39.00	83	人力资源管理实验教程	7-301-23078-7	畅铁民	40.00
53	服务企业经营管理学	7-5038-4890-2	于千千	36.00	84	社交礼仪	7-301-23418-1	李 霞	29.00
54	服务营销	7-301-15834-0	周 明	40.00	85	营销策划	7-301-23204-0	杨 楠	42.00
55	运营管理	7-5038-4878-0	冯根尧	35.00	86	企业战略管理	7-301-23419-8	顾 桥	46.00
56	生产运作管理(第2版)	7-301-18934-4	李全喜	48.00	87	兼并与收购	7-301-22567-7	陶启智	32.00
57	运作管理	7-5655-0472-3	周建亨	25.00	88	统计学(第2版)	7-301-23854-7	阮红伟	35.00
58	组织行为学	7-5038-5014-1	安世民	33.00	89	广告策划与管理: 原理、案例与项目实训	7-301-23827-1	杨佐飞	48.00
59	组织设计与发展	7-301-23385-6	李春波	36.00					

经济、国贸、金融类

序号	书名	标准书号	主编	定价	序号	书名	标准书号	主编	定价
1	宏观经济学原理与实务(第2版)	7-301-18787-6	崔东红	57.00	10	发展经济学	7-81117-674-2	赵邦宏	48.00
2	宏观经济学(第2版)	7-301-19038-8	蹇令香	39.00	11	管理经济学	7-81117-536-3	姜保雨	34.00
3	微观经济学原理与实务	7-81117-818-0	崔东红	48.00	12	计量经济学	7-5038-3915-3	刘艳春	28.00
4	微观经济学	7-81117-568-4	梁瑞华	35.00	13	外贸函电(第2版)	7-301-18786-9	王 妍	30.00
5	西方经济学实用教程	7-5038-4886-5	陈孝胜	40.00	14	国际贸易理论与实务(第2版)	7-301-18798-2	缪东玲	54.00
6	西方经济学实用教程	7-5655-0302-3	杨仁发	49.00	15	国际贸易(第2版)	7-301-19404-1	朱廷珺	45.00
7	西方经济学	7-81117-851-7	于丽敏	40.00	16	国际贸易实务(第2版)	7-301-20486-3	复合群	45.00
8	现代经济学基础	7-81117-549-3	张士军	25.00	17	国际贸易结算及其单证实务	7-5655-0268-2	卓乃坚	35.00
9	国际经济学	7-81117-594-3	吴红梅	39.00	18	政治经济学原理与实务(第2版)	7-301-22204-1	沈爱华	31.00

序号	书名	标准书号	主编	定价	序号	书名	标准书号	主编	定价
19	国际商务	7-5655-0093-0	安占然	30.00	33	金融工程学	7-301-18273-4	李淑锦	30.00
20	国际贸易实务	7-301-20919-6	张肃	28.00	34	国际贸易理论、政策与案例分析	7-301-20978-3	冯跃	42.00
21	国际贸易规则与进出口业务操作实务(第2版)	7-301-19384-6	李平	54.00	35	金融工程学理论与实务(第2版)	7-301-21280-6	谭春枝	42.00
22	金融市场学	7-81117-595-0	黄解宇	24.00	36	金融学理论与实务	7-5655-0405-1	战玉峰	42.00
23	财政学	7-5038-4965-7	盖锐	34.00	37	国际金融实用教程	7-81117-593-6	周影	32.00
24	保险学原理与实务	7-5038-4871-1	曹时军	37.00	38	跨国公司经营与管理(第2版)	7-301-21333-9	冯雷鸣	35.00
25	东南亚南亚商务环境概论	7-81117-956-9	韩越	38.00	39	国际金融	7-5038-4893-3	韩博印	30.00
26	证券投资学	7-301-19967-1	陈汉平	45.00	40	国际商务函电	7-301-22388-8	金泽虎	35.00
27	证券投资学	7-301-21236-3	王毅	45.00	41	国际金融	7-301-23351-6	宋树民	48.00
28	货币银行学	7-301-15062-7	杜小伟	38.00	42	国际贸易实训教程	7-301-23730-4	王茜	28.00
29	货币银行学	7-301-21345-2	李冰	42.00	43	财政学	7-301-23814-1	何育静	45.00
30	国际结算(第2版)	7-301-17420-3	张晓芬	35.00	44	保险学	7-301-23819-6	李春蓉	41.00
31	国际结算	7-301-21092-5	张慧	42.00	45	中国对外贸易概论	7-301-23884-4	翟士军	42.00
32	金融风险管埋	7-301-20090-2	朱淑珍	38.00	46	国际经贸英语阅读教程	7-301-23876-9	李晓娣	25.00

法律类

序号	书名	标准书号	主编	定价	序号	书名	标准书号	主编	定价
1	经济法原理与实务(第2版)	7-301-21527-2	杨士富	39.00	5	劳动法和社会保障法(第2版)	7-301-21206-6	李瑞	38.00
2	经济法实用教程	7-81117-547-9	陈亚平	44.00	6	金融法学理论与实务	7-81117-958-3	战玉峰	34.00
3	国际商法理论与实务	7-81117-852-4	杨士富	38.00	7	国际商法	7-301-20071-1	丁孟春	37.00
4	商法总论	7-5038-4887-2	任先行	40.00	8	商法学	7-301-21478-7	周龙杰	43.00

电子商务与信息管理类

序号	书名	标准书号	主编	定价	序号	书名	标准书号	主编	定价
1	网络营销	7-301-12349-2	谷宝华	30.00	22	电子商务实务	7-301-15474-8	仲岩	28.00
2	数据库技术及应用教程(SQL Server版)	7-301-12351-5	郭建校	34.00	23	电子商务网站建设	7-301-15480-9	臧良运	32.00
3	网络信息采集与编辑	7-301-16557-7	范生万	24.00	24	网络金融与电子支付	7-301-15694-0	李蔚田	30.00
4	电子商务案例分析	7-301-16596-6	曹彩杰	28.00	25	网络营销	7-301-22125-9	程虹	38.00
5	管理信息系统	7-301-12348-5	张彩虹	36.00	26	电子证券与投资分析	7-301-22122-8	张德存	38.00
6	电子商务概论	7-301-13633-1	李洪心	30.00	27	数字图书馆	7-301-22118-1	奉国和	30.00
7	管理信息系统实用教程	7-301-12323-2	李松	35.00	28	电子化国际贸易	7-301-17246-9	李辉作	28.00
8	电子商务概论(第2版)	7-301-17475-3	庞大莲	42.00	29	商务智能与数据挖掘	7-301-17671-9	张公让	38.00
9	网络营销(第2版)	7-301-23803-5	王宏伟	36.00	30	管理信息系统教程	7-301-19472-0	赵天唯	42.00
10	电子商务概论	7-301-16717-5	杨雪雁	32.00	31	电子政务	7-301-15163-1	原忠虎	38.00
11	电子商务英语	7-301-05364-5	覃正	30.00	32	商务智能	7-301-19899-5	汪楠	40.00
12	网络支付与结算	7-301-16911-7	徐勇	34.00	33	电子商务与现代企业管理	7-301-19978-7	吴菊华	40.00
13	网上支付与安全	7-301-17044-1	帅青红	32.00	34	电子商务物流管理	7-301-20098-8	王小宁	42.00
14	企业信息化实务	7-301-16621-5	张志荣	42.00	35	管理信息系统实用教程	7-301-20485-6	周贺来	42.00
15	电子商务法	7-301-14306-3	李瑞	26.00	36	电子商务概论	7-301-21044-4	苗森	28.00
16	数据库与数据挖掘	7-301-14313-1	廖开莲	28.00	37	管理信息系统实务教程	7-301-21245-5	魏厚清	34.00
17	电子商务模拟与实验	7-301-12350-8	喻光继	22.00	38	电子商务安全	7-301-22350-5	蔡志文	49.00
18	ERP原理与应用教程	7-301-14455-8	温雅丽	34.00	39	电子商务法	7-301-22121-1	郭鹏	38.00
19	电子商务原理及应用	7-301-14080-2	孙睿	36.00	40	ERP沙盘模拟教程	7-301-22393-2	周菁	26.00
20	管理信息系统理论与应用	7-301-15212-6	吴忠	30.00	41	移动商务理论与实践	7-301-22779-4	柯林	43.00
21	网络营销实务	7-301-15284-3	李蔚田	42.00	42	电子商务项目教程	7-301-23071-8	芦阳	45.00

物流类

序号	书 名	书号	编著者	定价	序号	书 名	书号	编著者	定价
1	物流工程	7-301-15045-0	林丽华	30.00	34	逆向物流	7-301-19809-4	甘卫华	33.00
2	现代物流决策技术	7-301-15868-5	王道平	30.00	35	供应链设计理论与方法	7-301-20018-6	王道平	32.00
3	物流管理信息系统	7-301-16564-5	杜彦华	33.00	36	物流管理概论	7-301-20095-7	李传荣	44.00
4	物流信息管理	7-301-16699-4	王汉新	38.00	37	供应链管理	7-301-20094-0	高举红	38.00
5	现代物流学	7-301-16662-8	吴 健	42.00	38	企业物流管理	7-301-20818-2	孔继利	45.00
6	物流英语	7-301-16807-3	阚功俭	28.00	39	物流项目管理	7-301-20851-9	王道平	30.00
7	第三方物流	7-301-16663-5	张旭辉	35.00	40	供应链管理	7-301-20901-1	王道平	35.00
8	物流运作管理	7-301-16913-1	董千里	28.00	41	现代仓储管理与实务	7-301-21043-7	周兴建	45.00
9	采购管理与库存控制	7-301-16921-6	张 浩	30.00	42	物流学概论	7-301-21098-7	李 创	44.00
10	物流管理基础	7-301-16906-3	李蔚田	36.00	43	航空物流管理	7-301-21118-2	刘元洪	32.00
11	供应链管理	7-301-16714-4	曹翠珍	40.00	44	物流管理实验教程	7-301-21094-9	李晓龙	25.00
12	物流技术装备	7-301-16808-0	于 英	38.00	45	物流系统仿真案例	7-301-21072-7	赵 宁	25.00
13	现代物流信息技术	7-301-16049-7	王道平	30.00	46	物流与供应链金融	7-301-21135-9	李向文	30.00
14	现代物流仿真技术	7-301-17571-2	王道平	34.00	47	物流信息系统	7-301-20989-9	王道平	28.00
15	物流信息系统应用实例教程	7-301-17581-1	徐 琪	32.00	48	物料学	7-301-17476-0	肖生苓	44.00
16	物流项目招投标管理	7-301-17615-3	孟祥茹	30.00	49	智能物流	7-301-22036-8	李蔚田	45.00
17	物流运筹学实用教程	7-301-17610-8	赵丽君	33.00	50	物流项目管理	7-301-21676-7	张旭辉	38.00
18	现代物流基础	7-301-17611-5	王 侃	37.00	51	新物流概论	7-301-22114-3	李向文	34.00
19	现代企业物流管理实用教程	7-301-17612-2	乔志强	40.00	52	物流决策技术	7-301-21965-2	王道平	38.00
20	现代物流管理学	7-301-17672-6	丁小龙	42.00	53	物流系统优化建模与求解	7-301-22115-0	李向文	32.00
21	物流运筹学	7-301-17674-0	郝 海	36.00	54	集装箱运输实务	7-301-16644-4	孙家庆	34.00
22	供应链库存管理与控制	7-301-17929-1	王道平	28.00	55	库存管理	7-301-22389-5	张旭凤	25.00
23	物流信息系统	7-301-18500-1	修桂华	32.00	56	运输组织学	7-301-22744-2	王小霞	30.00
24	城市物流	7-301-18523-0	张 潜	24.00	57	物流金融	7-301-22699-5	李蔚田	39.00
25	营销物流管理	7-301-18658-9	李学工	45.00	58	物流系统集成技术	7-301-22800-5	杜彦华	40.00
26	物流信息技术概论	7-301-18670-1	张 磊	28.00	59	商品学	7-301-23067-1	王海刚	30.00
27	物流配送中心运作管理	7-301-18671-8	陈 虎	40.00	60	项目采购管理	7-301-23100-5	杨 丽	38.00
28	物流项目管理	7-301-18801-9	周晓晔	35.00	61	电子商务与现代物流	7-301-23356-6	吴 健	48.00
29	物流工程与管理	7-301-18960-3	高举红	39.00	62	国际海上运输	7-301-23486-0	张良卫	45.00
30	交通运输工程学	7-301-19405-8	于 英	43.00	63	物流配送中心规划与设计	7-301-23847-9	孔继利	49.00
31	国际物流管理	7-301-19431-7	柴庆春	40.00	64	运输组织学	7-301-23885-1	孟祥茹	48.00
32	商品检验与质量认证	7-301-10563-4	陈红丽	32.00	65	物流信息技术(第2版)	7-301-23848-6	王道平	35.00
33	供应链管理	7-301-19734-9	刘永胜	49.00					

相关教学资源如电子课件、电子教材、习题答案等可以登录 www.pup6.cn 下载或在线阅读。

扑六知识网(www.pup6.com)有海量的相关教学资源和电子教材供阅读及下载(包括北京大学出版社第六事业部的教学资源),同时欢迎您将教学课件、视频、教案、素材、习题、试卷、辅导材料、课改成果、设计作品、论文等教学资源上传到 pup6.com,与全国高校师生分享您的教学成就与经验,并可自由设定价格,知识也能创造财富。具体情况请登录网站查询。

如您需要免费纸质样书用于教学,欢迎登录第六事业部门户网(www.pup6.com.cn)填表申请,并欢迎在线登记选题以到北京大学出版社来出版您的大作,也可下载相关表格填写后发到我们的邮箱,我们将及时与您取得联系并做好全方位的服务。

扑六知识网将打造成全国最大的教育资源共享平台,欢迎您的加入——让知识有价值,让教学无界限,让学习更轻松。联系方式:010-62750667, wangxc02@163.com, lihu80@163.com, 欢迎来电来信。



北航

C1722073

目 录

Unit 1 International Trade Theories and Policies 国际贸易理论与政策	1
Part 1 Intensive Reading 精读	1
Passage 1 Comparative Advantage and International Trade 比较优势与国际贸易	1
Passage 2 The Product Life Cycle Theory and International Trade 产品生命周期理论与国际贸易	2
Part 2 Extensive Reading 泛读	3
Passage 1 An Overview of WTO 世界贸易组织概述	3
Passage 2 Tariff Barriers 关税壁垒	7
Passage 3 Non-tariff Barriers 非关税壁垒	12
Part 3 Academic Reading 学术阅读	17
Passage Theory of Services Trade 服务贸易理论	17
Part 4 Reading Comprehension 阅读理解	24
Passage 1 The Factor Proportions Theory 要素禀赋论	24
Passage 2 Intra-industry Trade 产业内贸易理论	25
Part 5 课文注释	27
Part 6 词汇及扩展	27
Part 7 网络学习资源	28
Unit 2 International Trade Practices 国际贸易实务	30
Part 1 Intensive Reading 精读	30
Passage 1 The Export Sales Contract 出口销售合同	30
Passage 2 Shipping, Insurance and Customs 海运保险和海关	31
Passage 3 Settling of Trade Disputes 国际贸易争端的解决	33
Part 2 Extensive Reading 泛读	34
Passage 1 A Sample of Sales Contract 出口合同样本	34
Passage 2 Issues Affecting International Contracts 影响国际商务合同的种种问题	36
Passage 3 Trade Facilitation and Promotion 贸易便捷化与贸易促进	37
Part 3 Academic Reading 学术阅读	43
Passage Measures of Trade Restrictiveness 贸易限制的测量	43
Part 4 Reading Comprehension 阅读理解	48



Passage 1 Clinton Is Right 克林顿没错.....	48
Passage 2 International Trade and Economic Development 国际贸易与经济发展.....	50
Part 5 课文注释.....	52
Part 6 词汇及扩展.....	55
Part 7 网络学习资源.....	56
Unit 3 International Finance 国际金融	57
Part 1 Intensive Reading 精读.....	57
Passage 1 The International Monetary Fund 国际货币基金组织.....	57
Passage 2 The International Reserve 国际储备.....	58
Passage 3 What Are Futures Markets 什么是期货市场.....	59
Passage 4 Hedging: How It Works 套期保值如何运作.....	59
Passage 5 What Is a Stock 什么是股票.....	60
Part 2 Extensive Reading 泛读.....	60
Passage 1 Balance of Payments 国际收支.....	60
Passage 2 Foreign Exchange Market 国际外汇市场.....	66
Passage 3 The World Bank 世界银行.....	70
Passage 4 Stock Prices 股票价格.....	71
Part 3 Academic Reading 学术阅读.....	72
Passage Global Financial Stability Still at Risk 全球金融稳定依然面临风险.....	72
Part 4 Reading Comprehension 阅读理解.....	83
Passage 1 International Financial Market 国际金融市场.....	83
Passage 2 A Strong Stock Market 强大的股票市场.....	85
Passage 3 The Falling U.S. Dollar 贬值的美元.....	86
Part 5 课文注释.....	88
Part 6 词汇及扩展.....	93
Part 7 网络学习资源.....	95
Unit 4 International Cooperation and Transnational Corporation 国际合作与跨国公司	96
Part 1 Intensive Reading 精读.....	96
Passage 1 The Joint International Venture 国际合资企业.....	96
Passage 2 International Technological Transfer 国际技术转让.....	98
Passage 3 Transnational Corporations 跨国公司.....	100

Part 2 Extensive Reading 泛读.....	102
Passage 1 Economic Policy of Open Economy 开放的经济政策.....	102
Passage 2 Open China Economy 开放的中国经济.....	107
Part 3 Academic Reading 学术阅读.....	111
Passage Host Country Resource Availability and Resource Dependence Theory 母国资源的可获得性与资源依赖理论.....	111
Part 4 Reading Comprehension 阅读理解.....	123
Passage 1 A Smuggling Syndicate 走私辛迪加.....	123
Passage 2 FDI and Business Acquisitions 直接投资与并购.....	124
Part 5 课文注释.....	126
Part 6 词汇及扩展.....	128
Part 7 网络学习资源.....	130
Unit 5 International Marketing and Management 国际营销与管理.....	131
Part 1 Intensive Reading 精读.....	131
Passage 1 International Marketing 国际市场营销.....	131
Passage 2 International Marketing Communications 综合营销沟通.....	133
Passage 3 Public Relations and the Net 公共关系和网络.....	135
Part 2 Extensive Reading 泛读.....	137
Passage 1 International Marketing Planning and Strategy 国际营销计划与策略.....	137
Passage 2 E-commercial 电子商务.....	139
Part 3 Academic Reading 学术阅读.....	143
Passage SWOT Analysis SWOT 分析法.....	143
Part 4 Reading Comprehension 阅读理解.....	157
Passage 1 The Intuition of Senior Management 高级管理者的直觉.....	157
Passage 2 Advertisement 广告.....	159
Part 5 课文注释.....	161
Part 6 词汇及扩展.....	164
Part 7 网络学习资源.....	166
阅读理解部分参考答案.....	167
参考文献.....	168

Unit 1 International Trade Theories and Policies

国际贸易理论与政策

Part 1 Intensive Reading 精读

Passage 1 Comparative Advantage and International Trade 比较优势与国际贸易

It seems that most countries of the world have a strong desire to mutually expand their trade. At first sight, different nations appear to have many different economic, political and social reasons for wanting to trade. Under the surface, however, there is a common financial advantage enabling all countries to make a profit through international trade.

In his original state, man was self-sufficient, providing food, shelter and clothing, simple though it was, for his family. *It did not take long, however, for him to realize that there were some things he was more capable of doing than others and that it would benefit him to concentrate his efforts on the production of those goods in which he was particularly proficient and leave others to produce the goods that called for skills which he did not possess. This was the beginning of specialization.* And specialization on an international basis has now proved to be really worthwhile.

The concepts of absolute and comparative advantage play a crucial role in the specialization between countries. A country has an absolute advantage in the marketing of a product if it is the sole producer, or can produce it for less than anyone else. Examples of absolute advantage are rare since few nations are sole producers and economic conditions rapidly alter production costs.

A more realistic approach toward international specialization is that of comparative advantage. This concept says that a nation has a comparative advantage in an item if it can produce it more efficiently than alternative products. *Nations will usually produce and export those goods in which they have the greatest comparative advantage, and import those items in which they have the least comparative advantage.* For example, the United States, being a highly industrialized nation with good natural resources, tends to export manufactured items and natural resources, such as coal. By contrast, countries with low-cost labor tend to specialize in products that require a significant labor content such as textiles, shoes, and clothing.



Passage 2 The Product Life Cycle Theory and International Trade

产品生命周期理论与国际贸易

The product life cycle is based upon the biological life cycle. For example, a seed is planted (introduction); it begins to sprout (growth), it shoots out leaves and puts down roots as it becomes an adult (maturity); after a long period as an adult the plant begins to shrink and die out (decline).

In theory, it's the same for a product. Individual products pass through distinct phases: after a period of research and development, and trial manufacture, there is a period of introduction characterized by slow growth and high development cost. This is followed by a period of growth as sales and profits rise. A phase of maturity and saturation is then experienced as sales level off and the first signs of decline occur. The final phase is decline, characterized by lower sales and reduced profits, and eventually withdrawal, even final disappearance from the market.

However, in reality very few products follow such a prescriptive cycle. The length of each stage varies enormously. The decisions of marketers can change the stage, for example, from maturity to decline by price cutting. Not all products go through each stage. Some go from introduction directly to decline. It is not easy for us to tell which stage the product is in.

Product life-cycle theory suggests that long-term patterns of international trade are influenced by product innovation and subsequent diffusion. A country that produces technically superior goods will sell these goods first to its domestic market, then to other technically advanced countries. Developing countries will initially import and later manufacture these goods, by which stage the original innovator will have produced new products with more advanced technology.

This usually applies to explain international trade of the technology-intensive product. Because of the technological advantage it has, the innovating country is the sole producing and exporting country of the new product in the stage of production. After some time, several other technically advanced countries learn the new technology and begun to produce and export the product. Meanwhile, the developing countries which have no technological advantage import the new product from the innovating country and the several other technically advanced countries. This situation will continue to the stage of growth. When it comes to the stage of maturity, some developing countries may also learn the technology and begin to produce even export the product while the innovator has begun to reduce the production and upgrade the technology. Finally, in the stage of decline, the innovator and then the other technically advanced countries, may stop the production of the "old" product and import it from the developing countries. Meanwhile, the innovator has begun the stage of introduction of another new technological product.

Many cases could be found in reality to attest the theory. For example, many electronic

home appliances, such as TVs, washing machine, micro-wave oven, were innovated in U.S., the firstly technologically advanced country in the present world. But now it is very difficult to find the domestic manufactures of these products in U.S. and almost all these appliances used in the families in U.S. are now imported from the developing countries including China.

Part 2 Extensive Reading 泛读

Passage 1 An Overview of WTO 世界贸易组织概述

The World Trade Organization (WTO) deals with the rules of trade between nations at a global or near-global level. But there is more to it than that.

Essentially, the WTO is a place where member governments go, to try to sort out the trade problems they face with each other. The first step is to talk. The WTO was born out of negotiations, and everything the WTO does is the result of negotiations. The bulk of the WTO's current work comes from the 1986-94 negotiations called the Uruguay Round and earlier negotiations under the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT). The WTO is currently the host to new negotiations, under the "Doha Development Agenda" launched in 2001.

Where countries have faced trade barriers and wanted them lowered, the negotiations have helped to liberalize trade. But the WTO is not just about liberalizing trade, and in some circumstances its rules support maintaining trade barriers — for example to protect consumers and prevent the spread of disease.

1. Function

At its heart are the WTO agreements, negotiated and signed by the bulk of the world's trading nations. These documents provide the legal ground-rules for international commerce. They are essentially contracts, binding governments to keep their trade policies within agreed limits. Although negotiated and signed by governments, the goal is to help producers of goods and services, exporters, and importers conduct their business, while allowing governments to meet social and environmental objectives.

The system's overriding purpose is to help trade flow as freely as possible — so long as there are no undesirable side-effects. That partly means removing obstacles. It also means ensuring that individuals, companies and governments know what the trade rules are around the world, and giving them the confidence that there will be no sudden changes of policy. In other words, the rules have to be "transparent" and predictable.