



普通高等教育“十五”国家级规划教材

BUSINESS ENGLISH

商务英语系列教材



Business

商务英语听说(下)

Business English  
Listening & Speaking 2

总主编 陈苏东 陈建平

主 编 唐桂民 郭桂杭



高等教育出版社



普通高等教育“十五”国家级规划教材

商务英语系列教材



江苏工业学院图书馆  
藏书章

# 商务英语听说(下)

## Business English Listening & Speaking 2

总主编 陈苏东 陈建平

主 编 唐桂民 郭桂杭

编 者 郭桂杭 周杏英 刘 平



高等教育出版社

## 内容提要

商务英语系列教材为普通高等教育“十五”国家级规划教材,是为适应中国加入世界贸易组织以后对复合型商务人才的需求而编写的。《商务英语听说》是该系列教材之一。本书为下册。

全书共 12 个单元,以具体的经贸业务为主,内容涉及询盘、议价、订货、支付条款、发货、包装、保险、投诉与索赔、营销与销售、会计、税务与股票以及股票与债券等环节。每单元包括 9 个部分:学习目标、预备练习、词汇表、听力练习、会话范例、语言要点、巩固练习、补充阅读和补充词汇。在编排上以具体的商务场景为主线,突出语言结构和功能,听说训练有机结合。本书编排新颖,内容丰富实用,语言真实自然,练习形式活泼多样,结合商务交际场景,易于学以致用。

本书可作为英语专业低年级学生及非英语专业学生的商务英语口语教材,同时也适用于公司企业英语培训和具备一定英语基础的广大英语爱好者。

## 图书在版编目(CIP)数据

商务英语听说. 下/唐桂民, 郭桂杭主编. —北京:  
高等教育出版社, 2003. 11 (2005 重印)  
(商务英语系列教材)  
ISBN 7-04-013342-3

I. 商… II. ①唐…②郭… III. 商务-英语-听  
说教学-教材 IV. H319.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 082054 号

|      |                |      |                                                                   |
|------|----------------|------|-------------------------------------------------------------------|
| 出版发行 | 高等教育出版社        | 购书热线 | 010-58581118                                                      |
| 社 址  | 北京市西城区德外大街 4 号 | 免费咨询 | 800-810-0598                                                      |
| 邮政编码 | 100011         | 网 址  | <a href="http://www.hep.edu.cn">http://www.hep.edu.cn</a>         |
| 总 机  | 010-58581000   |      | <a href="http://www.hep.com.cn">http://www.hep.com.cn</a>         |
| 经 销  | 蓝色畅想图书发行有限公司   | 网上订购 | <a href="http://www.landaco.com">http://www.landaco.com</a>       |
| 印 刷  | 北京人卫印刷厂        |      | <a href="http://www.landaco.com.cn">http://www.landaco.com.cn</a> |
| 开 本  | 787×960 1/16   | 版 次  | 2003 年 11 月第 1 版                                                  |
| 印 张  | 22             | 印 次  | 2005 年 12 月第 4 次印刷                                                |
| 字 数  | 410 000        | 定 价  | 34.50 元(含光盘)                                                      |

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 13342-00

世界向我们  
走来……

# 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)

## 总主编

**陈苏东** (对外经济贸易大学)

**陈建平** (广东外语外贸大学)

## 编委 (以姓氏笔划为序)

**王兴孙** (上海对外贸易学院)

**王关富** (对外经济贸易大学英语学院)

**李平** (对外经济贸易大学英语学院)

**刘援** (全国高等学校教学研究中心)

**陈洁** (上海对外贸易学院国际商务外语学院)

**肖云南** (湖南大学外国语学院)

**林添胡** (厦门大学经济学院)

**赵军峰** (广东外语外贸大学国际商务英语学院)

**龚龙生** (上海外国语大学经贸学院)

**彭龙** (北京外国语大学商学院)

**蔡芸** (广东外语外贸大学国际商务英语学院)

**廖梅** (北京工业大学经济与管理学院)

# 总 序

改革开放的20年是中国经济高速发展并逐渐融入世界经济的20年。中国加入世界贸易组织是此进程的一个重要里程碑,必将进一步推动中国经济与世界经济的接轨与融合。经济日益全球化的趋势迫切需要我们培养一大批熟练掌握外语、通晓商务知识、熟悉国际商务环境、善于跨文化交际的国际型商务人才。

此类商务人才的成功培养涉及到诸多环节与因素,其中至关重要的是要有一套有助于实现此培养目标的、编写意图明确、针对性强、质量高的教材,因为教材是一切教学活动得以开展的基础与前提。目前涉及商务英语的教材不少,但在系统性、完整性以及语言技能与商务知识的有机结合上都多少存在着不足。

普通高等教育“十五”国家级规划教材——商务英语系列教材是高等教育出版社与在商务英语教学与研究领域起步早、阵容强大的对外经济贸易大学、广东外语外贸大学、上海对外贸易学院、上海外国语大学、厦门大学、北京外国语大学、北京工业大学和湖南大学等单位联合推出的一套全新的商务英语系列教材。这套教材在编写设计时特别注意把握好商务活动主题的涵盖面、商务知识的系统性与完整性以及语言技能与商务知识的平衡,在体系上分为商务英语基础课程教材《商务英语听说》、《商务英语阅读》、《商务英语写作》、《商务英语翻译》等,和商务英语专业核心课程教材《工商导论》、《国际经济导论》、《国际贸易实务》等。每本教材自成体系,但整套教材又形成了有机的整体。另外,此套教材不是封闭系列,还将不断有新教材推出。

本套教材体现了编撰者努力将语言技能的训练与商务英语知识的介绍融为一体的编写理念,最终服务于复合型人才培养目标。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。有些作者本身就是经贸领域的专家学者,他们集教学经验、学术背景与专业经验于一身,有力地保证了这套系列教材的编撰质量。

本套教材在编撰过程中得到了高等教育出版社的大力支持,在此特致感谢。

陈苏东

2002年6月

# 前言

随着我国对外开放力度的不断加大,特别是在商贸活动日益全球化以及中国加入WTO这一国际性商贸组织的大背景下,英语学习已从单纯的语言交流走向多元化,对既熟悉国际商务又熟练掌握英语的高级复合型人才的需求也越来越大。因此,熟练掌握商务英语,并且在商务活动中灵活地运用商务英语是新经济时代的商务人员必须具备的专业技能之一。在商务英语教学中注重培养的听、说、读、写、译五项基本技能中,听说是最基本的技能。随着企业和个人面对面地与外商进行商务交际活动的机会增多,对商务英语听说能力的培养已显得日趋重要,因此,这一领域很值得我们去认真研究和探讨,也正是基于此需求,我们编写了《商务英语听说》。

《商务英语听说》是为培养高等院校的英语+专业(如商务管理、国际贸易、国际经济法、国际金融等)以及专业+英语等复合型涉外人才而专门开设的复合型课程,旨在培养学生各种商务环境下熟练运用英语知识与技能的能力。

本教程以高等院校英语专业新教学大纲所规定的复合型涉外人才的培养为依据,以简洁易懂的语言生动、系统地介绍了涉外商务活动中常用的英语对话和技巧。本着“在商务环境中学习语言,通过语言提高商务知识与技能”的宗旨,我们在教程中为学生提供了各种商务英语听说情景,让学生有充分的机会将商务知识与技能以及语言知识与技巧融会贯通,为将来更好地从事跨文化商务交际奠定良好的基础。

本教程注重实用性和可操作性,特别是英语听说技能在各种商务活动中的实际应用。其特点主要包括:

1. 实用性强:本教程每单元的选题都紧扣当今商务活动的某一个方面,每个章节的各项练习都围绕学生在该领域的交际实践中将要面对并应该有所了解和掌握的问题的顺序展开;每一个选题都基于一个模拟的商务交际活动情景,使得学生在掌握语言技能的同时,能够在模拟商务场景中操练商务交际技能,并了解相关的商务知识。

2. 可操作性强:每单元从既关键又容易理解的语言知识和技巧切入主题,从不同的角度使学生得以举一反三地学习英语听说技能,同时了解商务知识,提高商务业务能力。

3. 练习内容丰富:本课程涉及商务交际活动的各个环节,包括语言、文化、经济和商务等方面的知识。

4. 针对性强:本课程由具有多年商务英语教学经验的教师参与编写,教程中的商务内容和语言方面的注释和练习都是针对中国商务英语学习者及商务活动的特点而设计的。

5. 教材内容和练习注重深入浅出,按照学生学习语言和商务知识及技能的不同阶段循序渐进。

本教程分为上、下两册,每册各12个单元,上册内容着重于公司企业的日常商务活动,下册内容着重于具体的经贸知识。每个单元包括9个部分:(1)学习目标(Learning Objectives),这一部分使学生和教师对本单元应当掌握的重点做到心中有数;

(2) 预备练习(Warm-up Practice), 这一部分的目的是检测学生对每个单元的内容的掌握程度, 有助于教师在讲授本单元前“摸清”学生对相关知识的了解情况; (3) 词汇表(Vocabulary), 这一部分把每一个单元的生词和重点词组列出来, 便于学生的学习; (4) 听力练习(Listening Practice), 这一部分旨在让学生泛听本单元所学的主要内容和语言要点, 一是检测他们的听力水平, 二是让他们对即将学的知识有一个感性认识; (5) 示范对话/示范对话与介绍(Sample Dialogues / Sample Dialogue & Monologue), 这一部分把本单元的语言结构、功能和商务知识贯穿于具体的对话或介绍中, 让学生了解这些语言结构和功能的用法, 同时也供学生模仿; (6) 语言要点(Language Focus), 这部分是每一单元的核心, 列出了每个单元的重点表达法, 配以多种听说练习, 让学生通过形式多样的练习迅速地了解 and 掌握语言要点; (7) 巩固练习(Follow-up Practice), 这部分练习分为听力和口语两部分, 其中口语部分包括以对话的形式口头翻译句子和扮演角色, 目的是让学生把所学的语言结构和功能融会贯通于听说练习中, 从而达到巩固和应用的目的; (8) 补充阅读(Supplementary Reading), 这部分旨在给学生提供与本单元主题相关的阅读内容, 扩大学生的知识面; (9) 补充词汇(Supplementary Vocabulary), 这部分可让学生掌握更多的与本单元主题相关的术语和短语, 从而提高他们的会话能力。每个单元这样编排, 把认知、练习、掌握、巩固、应用几个环节有机地结合起来, 使学生的学习得以快速有效地提高。每个单元练习内容较为丰富, 在使用过程中, 教师可根据学生的具体情况和水平, 对一些单元的部分内容和练习有所取舍。

本教程由唐桂民和郭桂杭两位老师主编并负责全书的策划及审订工作。周杏英、刘平、杨丽和青松等四位老师参与了编写, 其中唐桂民老师负责上册第1、2、3和11单元的编写; 杨丽老师负责上册第5、6、7、8和9单元的编写; 青松老师负责上册第4、10和12单元的编写; 周杏英老师负责下册第1、2、3和4单元的编写; 刘平老师负责下册第5、6、7和8单元的编写; 郭桂杭老师负责下册第9、10、11和12单元的编写。

本教程在编写过程中, 美籍教师 Kent Foster 提出了宝贵的修改意见。

本教程配有由外籍专家录制的磁带、录音文本及练习答案, 使用方便, 可作为英语专业低年级学生和非英语专业学生的听说教材, 同时也适用于广大英语爱好者和商务人员。

在编写过程中, 编者参考了国内外出版的一些教材, 获益良多, 编者在此谨对所参考的教材、专著的版权所有表示衷心的感谢。

由于时间仓促, 编者水平有限, 书中缺点错漏之处在所难免, 尚望专家及使用者批评指正。

编 者

2003年5月

广东外语外贸大学

# Contents

## Unit 1 Making Enquiries

1



## Unit 2 Negotiating Prices

19

## Unit 3 Placing Orders

39



## Unit 4 Terms of Payment

56

## Unit 5 Packing

75



# Contents



|               |                 |           |
|---------------|-----------------|-----------|
| <b>Unit 6</b> | <b>Shipping</b> | <b>95</b> |
|---------------|-----------------|-----------|



|               |                  |            |
|---------------|------------------|------------|
| <b>Unit 7</b> | <b>Insurance</b> | <b>120</b> |
|---------------|------------------|------------|



|               |                              |            |
|---------------|------------------------------|------------|
| <b>Unit 8</b> | <b>Complaints and Claims</b> | <b>141</b> |
|---------------|------------------------------|------------|

|               |                            |            |
|---------------|----------------------------|------------|
| <b>Unit 9</b> | <b>Marketing and Sales</b> | <b>162</b> |
|---------------|----------------------------|------------|

|                |                   |            |
|----------------|-------------------|------------|
| <b>Unit 10</b> | <b>Accounting</b> | <b>183</b> |
|----------------|-------------------|------------|

# Contents

## Unit 11 Taxation

207



## Unit 12 Stocks and Bonds

229



## Transcripts

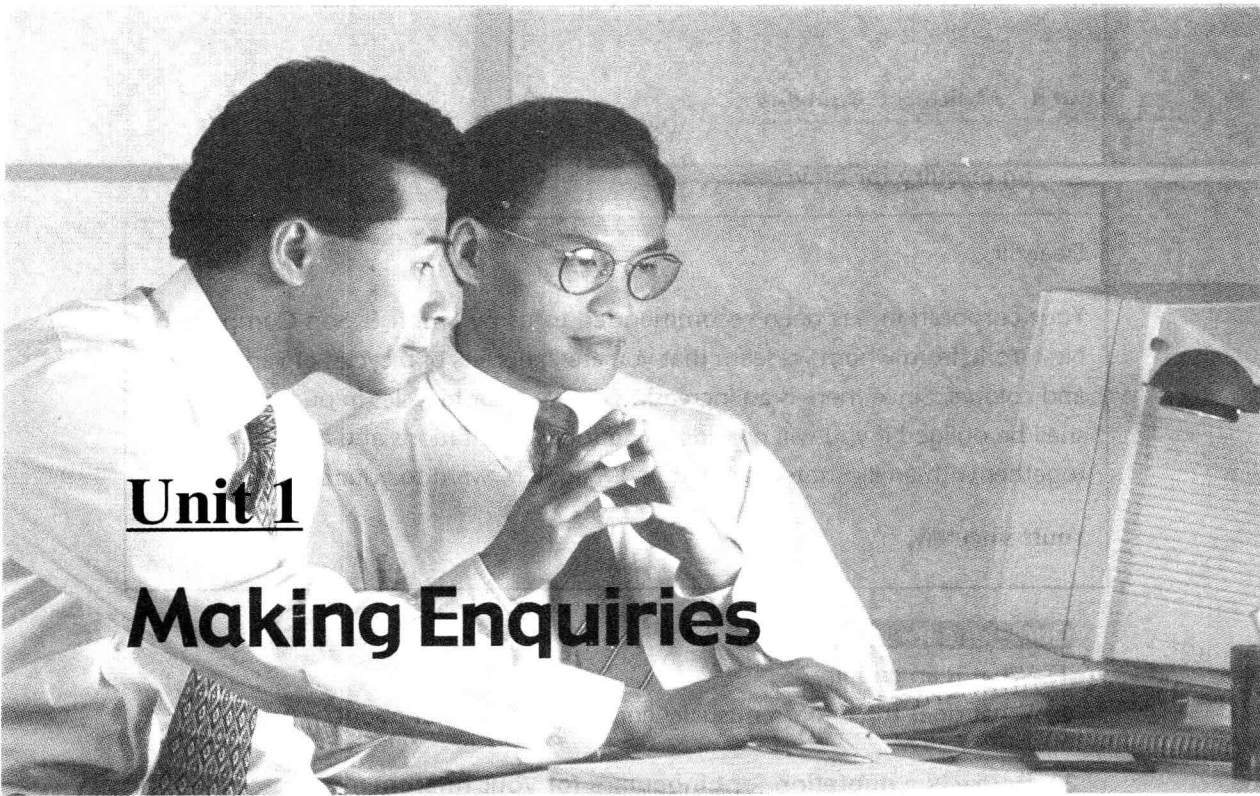
250

## Reference Key

291

## References

337



## Unit 1

# Making Enquiries

### Learning Objectives

- To ask for information about the goods
- To ask for the latest product catalogue
- To invite quotations or offers for the goods

### *I Warm-up Practice*

1. An enquiry is a request for information. When a businessman intends to import goods, he will make an enquiry to an exporter asking for information or an offer for the goods he wishes to buy. The following is

## an enquiry for bicycles.

Dear Sirs,

Your corporation has been recommended to us by Smith & Son Company of New York, from whom we learn that you are exporters of bicycles of various sizes and colours. Since there is an increasing demand for bicycles in our country, we shall be obliged if you will provide us your best quotations and time of delivery together with an illustrated catalogue. We look forward to your early reply.

Yours sincerely,

### Questions for reflection

- 1) What is an enquiry?
- 2) What does the importer usually enquire the exporter about?

### 2. Below is a quotation for binoculars for your reference.

| Items & descriptions  | Packing details | Gross weight (FOB) Guangzhou | Unit price (FOB) Guangzhou |
|-----------------------|-----------------|------------------------------|----------------------------|
| BINOCULARS            |                 |                              |                            |
| 8x21                  | 40PCS/CTN       | 12KGS                        | USD11.58/PC                |
| 8x21(FIX FOCUS)       | 40PCS/CTN       | 12KGS                        | USD10.98/PC                |
| 10x25 (I)             | 40PCS/CTN       | 16KGS                        | USD14.02/PC                |
| 10x25 (I) (FIX FOCUS) | 40PCS/CTN       | 16KGS                        | USD13.41/PC                |
| 10x25(II)             | 40PCS/CTN       | 14KGS                        | USD13.41/PC                |
| 8x25WA                | 40PCS/CTN       | 14KGS                        | USD16.46/PC                |

1. Terms of Payment: Irrevocable L/C payable by sight draft.
2. Time of shipment: Within 30 days upon receipt of the buyer's L/C.
3. Validity: This quotation is valid until October 31, 2002.

### Question for reflection

What is a quotation?

### 3. Match the following products with their features.

- 1) ● World famous compressor

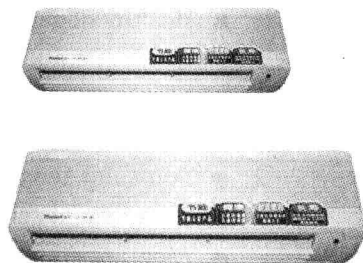
- Strong dehumidification ability
  - Healthy negative ions, protecting against “air conditioner symptoms”
  - Quiet operation
  - Multi-entity photic catalyst, getting rid of indoor pollutants
- 2) ● Sumsung Lens
- 9-part multi-screen display of programme contents
  - Menu operation
  - On-time playing setup
  - Karaoke tunes
  - 15-second anti-shock function
  - Rechargeable lithium battery
  - Infrared remote control
  - Compatible with CD, VCD, DVCD, CD-R and MP3 discs
  - Sony servo system
  - Weight: 0.3 kg
  - Dimension: D x H: 140 x 25 mm
  - Accessories: power supply, instruction manual, earphone, rechargeable lithium batteries, A/V Cable, remote control
- 3) ● Low radiation
- Clam shell design
  - Use UIM Card
  - Lively animated MMI
  - Extra large display including up to 7 lines of text
  - 200 name card memory
  - 2-minute voice memo
  - Blue/Green EL back screen
  - Preset IP dialling
  - 80 notepad
  - Multi-party call
  - Vibrator



A)



B)



C)

## II Vocabulary

agent /'eidʒənt/ *n.* 代理人, 代理商

animated /'ænimetɪd/ *adj.* 栩栩如生的

appreciate /ə'pri: ʃieɪt/ *v.* 欣赏, 赞赏

approximate /ə'prɒksɪmɪt/ *adj.* 约略的, 大约的

attaché /ə'tæfeɪ, ˌætə'feɪ/ *n.* (法) (使馆等的) 专员, 随员

audio /'ɔ: diəu/ *adj.* 听觉的

base price 基价

bed sheet 床单

binocular /baɪ'nɒkjulə(r), bi'n-/ *n.* 望远镜

business house 商行

calculator /'kælkjuleɪtə/ *n.* 计算器

call for tender 招标

catalogue /'kætəlɒg/ *n.* 商品目录

catalyst /'kætəlist/ *n.* 催化剂

chamber /'tʃeɪmbə(r)/ *n.* 房间; 议院; 会议室

Chamber of Commerce 商会

CIF (cost, insurance and freight) 到岸价

clam /klæm/ *n.* 蛤

collation /kə'leɪʃən/ *n.* 核对

commercial /kə'mɜ:ʃəl/ *adj.* 商业的; 商务的

Commercial Attaché 商务参赞

Commercial Councillor's office 商务参赞处

commission /kə'mɪʃən/ *n.* 佣金

compatible /kəm'pætəbl/ *adj.* 兼容的

compressor /kəm'presə(r)/ *n.* 压缩机

compromise /'kɒmprəmaɪz/ *n. & v.* 妥协

consultant /kən'sʌltənt/ *n.* 顾问

conversion /kən'veɪʃən/ *n.* 转换

convert /kən'veɪt/ *v.* 转换; 兑换

convert ... into 将...转换成

councillor /'kaʊnsələ/ *n.* 顾问; 参赞

cumbersome /'kʌmbəsəm/ *adj.* 麻烦的

deadlock /'dedlɒk/ *n.* 僵局

dealer /'di:lə(r)/ *n.* 经销商

dealing /'di:lɪŋ/ *n.* 买卖, 交易

defrost /di'frɒst/ *v.* 除去...的霜 / 冰

dehumidification /'di: hju: ,mɪdɪfɪ'keɪʃən/ *n.* 除湿

directory /di'rektri/ *n.* 名录, 电话簿, 指南

discount /'dɪskaʊnt/ *n.* 折扣

*v.* 把 (票据) 贴现; 打折

EL (elevation) 仰角

embassy /'embəsi/ *n.* 大使馆

enclose /ɪn'klaʊz/ *v.* 随函附上

exhibit /ɪg'zɪbɪt/ *n.* 展品

EX WORKS (EXW) 工厂交货价

FOB (free on board) 离岸价

garment /'gɑ: mənt/ *n.* 女式上衣

illustrate /ɪ'ləstreɪt/ *v.* (用图或例子等) 说明

illustrated catalogue 带有图片说明的商品目录

impede /im'pi:d/ *v.* 妨碍, 阻止

in no case 决不

in reference to 关于

indication /,indi'keifən/ *n.* 指示, 表示

infrared /,infra'red/ *n.* 红外线

*adj.* 红外线的

initiation /i,nɪ'ʃi'eifən/ *n.* 开始, 着手

input /'ɪnput/ *n.* 输入

enquiry /in'kwaɪəri/ *n.* 询盘

investigation /in'vesti'geifən/ *n.* 调查

ion /'aɪən/ *n.* 离子

irrevocable /,iri'vəʊkəbl/ *adj.* 不可撤销的

irrevocable L/C 不可撤销的信用证

justify /'dʒʌstɪfaɪ/ *v.* 认为...有理, 为...辩护

kraft-paper box 牛皮纸箱

leading /'li: dɪŋ/ *adj.* 主要的

lithium /'liθiəm/ *n.* 锂

lockable /'lɒkəbl/ *adj.* 可上锁的

MMI (man machine interface) 人机一体化

moderate /'mɒdərɪt/ *adj.* 中等的

momentum /məʊ'mentəm/ *n.* 势头, 力量

negative /'negatɪv/ *adj.* 否定的; (电) 负的

negative ion 负离子

norm /nɔ:m/ *n.* 标准

obtainable /əb'teɪnəbl/ *adj.* 可获得的

offer /'ɒfə(r)/ *n.* 报盘

outset /'aʊtset/ *n.* 开始, 开端

parameter /pə'ræmɪtə/ *n.* 参数

photic /'fəʊtɪk/ *adj.* 光的, 与光有关的

pillowcase /'pɪləukeɪs/ *n.* 枕套

pollutant /pə'lʊ:tənt/ *n.* 污染物质

price list 价目单

prospective /prə'spektɪv/ *adj.* 未来的

quantity discount 数量折扣

quartz /kwɔ:ts/ *n.* 石英

quotation /kwəʊ'teɪfən/ *n.* 报价

quote /kwəʊt/ *v.* 报价

radiation /,reɪdɪ'eɪfən/ *n.* 辐射

receipt /ri'si:t/ *n.* 收据

rechargeable /ri'tʃa:dʒəbl/ *adj.* 可再充电的

reference /'refərəns/ *n.* 参考; 提及, 涉及; 关系

requirement /ri'kwaɪəmənt/ *n.* 要求

sample /'sɑ: mpl/ *n.* 样品

servo /'sə: vəʊ/ *n.* 伺服系统

sight draft 即期汇票

sizable /'saɪzəbl/ *adj.* 相当大的

special order 特殊订货

specification /,spesɪfɪ'keɪfən/ *n.* 规格

symptom /'sɪmptəm/ *n.* 症状

telegraphic transfer (TT) 电汇

textile /'tekstail/ *n.* 纺织

the covering L/C 相关的信用证

trade directory 贸易指南

transaction /træn'zækʃən/ *n.* 交易

transfer /træns'fə: / *n.* 转移; 转账; 电汇

transnational company 跨国公司

UIM (user identification module) 用户识别模块卡

vibrator /vaɪ'breɪtə(r); 'vaɪb-/ *n.* 振动器

walnut /'wɔ:lnət/ *n.* 胡桃

### III Listening Practice



#### 7 Listen to two passages and fill in the blanks.

- 1) The development and expansion of a business depends on \_\_\_\_\_, for no customers means no business. Therefore it is very important either for

\_\_\_\_\_ or an old one that wishes to expand into new markets or enter into new fields of business activities to establish \_\_\_\_\_ with prospective dealers in the import and export business. But by what means can a businessman get \_\_\_\_\_ about a new market and \_\_\_\_\_? Such information is usually obtainable through the following \_\_\_\_\_:

- a. \_\_\_\_\_,
- b. \_\_\_\_\_,
- c. Commercial Counsellor's Office,
- d. Commercial Attaché,
- e. \_\_\_\_\_,
- f. consultants,
- g. \_\_\_\_\_,
- h. ads in the media,
- i. \_\_\_\_\_,
- j. \_\_\_\_\_,
- k. enquiries from foreign merchants.

- 2) The way to assess the market potential is \_\_\_\_\_ where companies can exhibit \_\_\_\_\_ and see what response they can get from prospective customers. The Trade Fair is \_\_\_\_\_, and a company exhibits a sample of its product at its stand. This is also a form of publicity and the company representative will probably hand out their \_\_\_\_\_ or advertising brochures to promote the product further. Often journalists write about the Trade Fair and sometimes companies hold \_\_\_\_\_ if they want to promote \_\_\_\_\_. Each different type of car, bike, etc. is a model. All the \_\_\_\_\_ made by a company make up its range. The full range of goods is normally displayed in the company's catalogue.

### 2 Listen to an enquiry and fill in the blanks.

We learned from \_\_\_\_\_ of the Embassy of the People's Republic of China in Britain that you are \_\_\_\_\_ of silk garments. We are a large dealer in textiles and believe that there will be \_\_\_\_\_ for moderately priced textiles. Therefore, you are kindly requested to send us a copy of your illustrated catalogues with details of your \_\_\_\_\_ and \_\_\_\_\_, and samples of the different qualities of the materials used.