

高职高专英语立体化系列教材

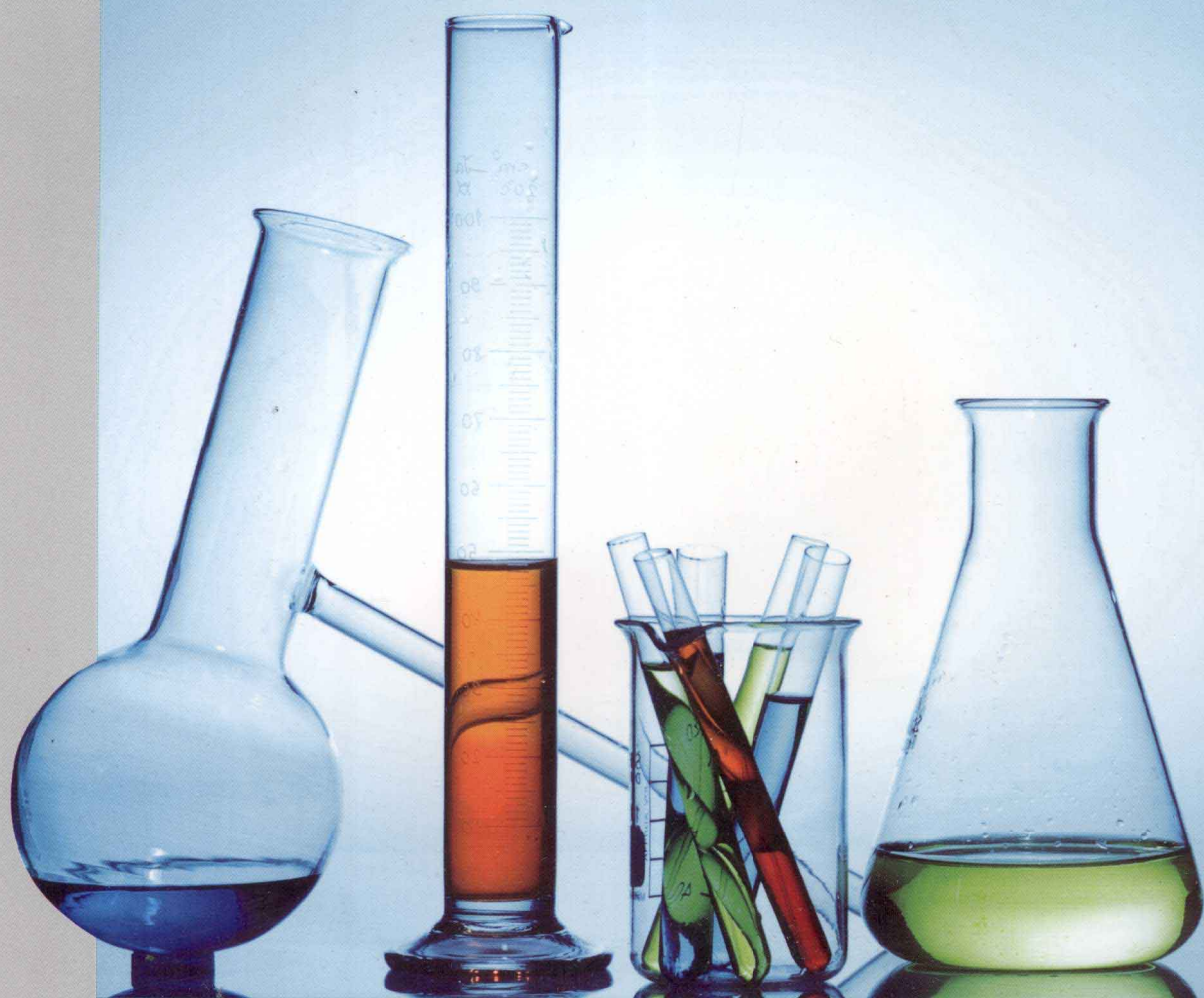
新职业英语

ENGLISH FOR CAREERS

总主编：徐小贞 主编：章国军 马俊波

化生英语

English for Applied Chemistry
and Biological Technology



外语教学与研究出版社

FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS

行业篇

行业篇

高职高专英语立体化系列教材

新职业英语

ENGLISH FOR CAREERS

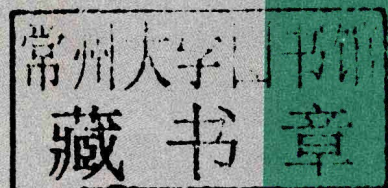
化生英语 English for Applied Chemistry and Biological Technology

总主编：徐小贞

主 编：章国军 马俊波

编 者：朱小晶 阮红缨 李 奇

杨 洋 梁 晴 李 萍



外语教学与研究出版社
FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS
北京 BEIJING

图书在版编目(CIP)数据

化生英语 / 章国军, 马俊波主编; 朱小晶等编. — 北京: 外语教学与研究出版社, 2009. 12
(新职业英语 / 徐小贞主编. 行业篇)
ISBN 978-7-5600-9210-2

I. ①化… II. ①章… ②马… ③朱… III. ①生物化学—英语—高等学校: 技术学校—教材
IV. ①H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 236077 号

出版人: 于春迟

项目负责: 茹雪飞

责任编辑: 谭胜方

封面设计: 刘冬 崔丹丹

版式设计: 吴德胜

出版发行: 外语教学与研究出版社

社址: 北京市西三环北路 19 号 (100089)

网址: <http://www.fltrp.com>

印刷: 北京爱丽龙印刷有限责任公司

开本: 850×1168 1/16

印张: 13.75

版次: 2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5600-9210-2

定价: 25.90 元 (含 MP3 光盘一张)

* * *

如有印刷、装订质量问题, 请与出版社联系

联系电话: (010)61207896 电子邮箱: zhijian@fltrp.com

制售盗版必究 举报查实奖励

版权保护办公室举报电话: (010)88817519

物料号: 192100001

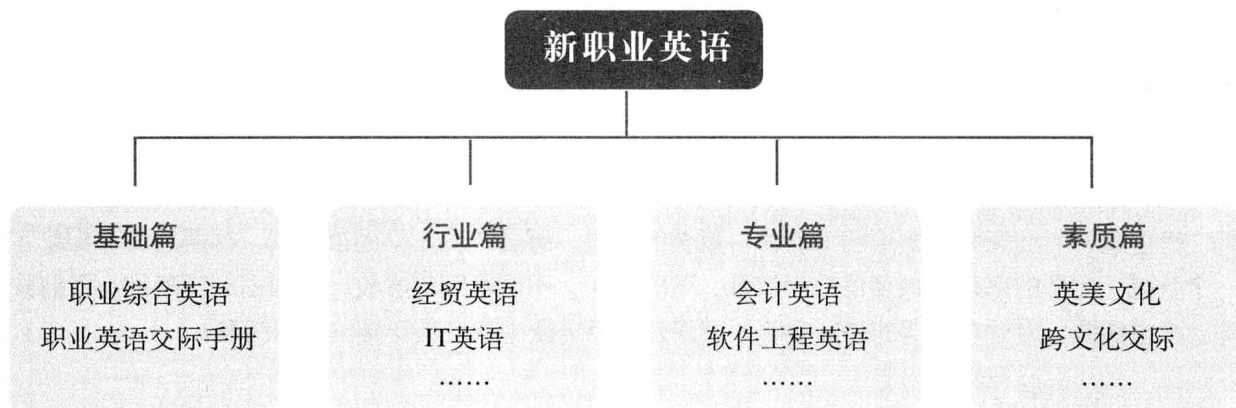
前言

近年来,在国家大力发展职业教育的方针指引下,我国高等职业教育蓬勃发展。高等职业教育的办学方针是“以服务为宗旨,以就业为导向”,采用“工学结合”的培养模式,实现培养技术、生产、管理和服务第一线高级技能人才的目标。因此,高职院校的课程必须反映职业岗位对人才的要求以及学生未来职业发展的要求,体现职业性与实践性的特点,能满足培养学生综合能力的需要。英语作为高职院校一门重要的必修课,长期以来一直被看作是孤立的公共基础课程,所教授的内容未能与学生未来的职业有效结合,很难满足不同工作岗位的实际需要。这一现状与培养目标之间的差距对新时期的高职高专英语教学提出了新的课题和新的要求,高职高专公共英语教学改革势在必行。

为贯彻国家大力发展职业教育、培养高素质技能人才的精神,顺应高等职业教育英语课程改革的方向,我们通过广泛调研与充分论证,在深入了解社会单位用人要求和各学校教学需求的基础上,精心策划并开发了“高职高专新职业英语立体化系列教材”。“新职业英语”系列教材是针对高职高专院校公共英语课程开发的全新英语教材,以“工学结合、能力为本”的职业教育理念为指导,以培养学生在将来工作中所需要的英语应用能力为目标,在帮助学生打好语言基础的同时,重点提高听、说、写等应用能力,特别是工作过程中的英语交际能力,真正体现高职公共英语教学的职业性、实践性和实用性。

教材结构

为满足基础英语与相关职业英语学习需要,实现基础阶段与行业阶段的有机衔接,同时兼顾素质教育和个性需要,“新职业英语”系列教材根据实际教学需求,分为基础篇、行业篇、专业篇和素质篇四部分。各组成部分的结构和关系如下图所示:



基础篇

涵盖不同职业涉外工作中共性的典型英语交际任务，以商务英语为核心内容，以典型工作活动中需要的英语知识和技能为线索组织教学内容，培养学生职业英语应用能力，并为其进一步学习英语打好语言基础。包括《职业综合英语》（共两册）和《职业英语交际手册》。其中《职业英语交际手册》是与《职业综合英语》配套的口语专项训练用书，涵盖工作中最典型的社交和职业场景。

行业篇

立足于高职高专院校各专业群所面向的行业，依据企业的工作流程、典型工作环节或场景设计教学内容，力求使学生具备在本行业领域内运用英语进行基本交流的能力，包括《机电英语》、《IT英语》、《经贸英语》、《医护英语》、《汽车英语》、《艺术设计英语》、《包装印刷英语》、《土建英语》、《化生英语》等。

专业篇

依据高职高专院校各专业所面向的职业岗位，培养学生从事目标岗位工作应具备的英语能力，侧重专业发展对英语的需求。与行业篇教材相比，专业篇教材分类更细致，内容更深入，专业及职业岗位特色更明显。

素质篇

旨在提高高职学生的综合素质，兼顾学生社会发展的需求和个性发展的需要，从而实现其全面发展。包括英语技能类、英语文化类、英语应用类等。可在基础英语教学阶段和行业英语教学阶段供感兴趣的学生选用，也可在之后的提高阶段供与英语联系紧密专业的学生选用。

为确保教材的针对性、实用性与够用度，“新职业英语”系列教材的内容均通过对各行业及职业岗位的深入调研与分析确定。基础篇与行业篇主要供高职高专英语课程必修阶段教学使用，专业篇和素质篇主要供高职高专院校专业英语课程或选修课使用。各高职高专院校也可根据自身的实际情况灵活安排，选择使用。

教材特色

“新职业英语”系列教材是一套顺应高职高专公共英语教学改革发展趋势、真正体现职业英语教学理念的教材，主要具有以下几方面的特点：

一、创新的教学理念

“新职业英语”系列教材以“工学结合、能力为本”的教育理念为指导，将语言学习与职业技能培养有机融合，确保教学内容与教学过程真正体现职业性与应用性，提高学生的英语交际能力与综合职业素质，从而提升他们的就业能力。

二、完备的教学体系

“新职业英语”系列教材根据高职高专公共英语基础阶段与高级阶段的教学需求，包含基础篇、行业篇、专业篇和素质篇四个模块，既循序渐进、层层递进，又相互协调、相得益彰，构成了一个系统、完备的高职公共英语教学体系。不同层次、不同类别的学校，可根据地域差别、行业异同、个性需要、专业与英语的关联度等，实现公共英语教学的分类安排、因材施教。

三、职业的教学设计

“新职业英语”系列教材在对院校及行业、企业广泛调研的基础上确定编写方案，针对行业和企业对高职高专毕业生英语技能的要求，根据企业的工作流程、典型工作任务或场景设计教学内容，每单元浓缩一个典型工作环节，学习任务与工作任务协调，实现“教、学、做”一体化。

四、实用的选材内容

“新职业英语”系列教材特别选择各行业和职业活动中实际应用的真实语料作为教学材料，注重时代性、信息性与实用性，既适用于提高语言能力，又有利于培养学生的职业素质与技能。来自于现实工作中的真实选材，会为学生营造真实的语境，并通过学习内容与将来工作内容的结合提高他们的兴趣。

五、科学的测评手段

“新职业英语”系列教材采用形成性测评和终结性评估相结合的评价方法，着重考查学生的英语综合应用能力，培养学生的自主学习策略。本系列教材将提供专门的《形成性评估手册》及许多经过教学检验的形成性评估手段，既能引导学生不断进步，也不会增加教师负担。

六、立体化的教学资源

“新职业英语”系列教材根据各教学环节的需要，配备教师用书、MP3光盘、教学课件与网络资源，提供合理的教学建议与丰富的辅助资源，方便教师备课与授课，促进教师与学生之间的互动与交流。

编写队伍

“新职业英语”系列教材由外语教学与研究出版社与深圳职业技术学院应用外国语学院共同策划开发。各分册在对不同行业特点与需求以及高职院校教学情况等调研的基础上，由各行业领域中著名本科院校及高职院校的英语教师、专业教师及企业人员共商方案、合作编写。

“新职业英语”系列教材总主编为教育部高职高专英语类专业教学指导委员会副主任委员、深圳职业技术学院应用外国语学院院长徐小贞教授。各分册参编院校如下：

《职业综合英语》	深圳职业技术学院
《职业英语交际手册》	深圳职业技术学院
《艺术设计英语》	深圳职业技术学院
《化生英语》	深圳职业技术学院
《经贸英语》	中央财经大学 河北金融学院
《医护英语》	中国医科大学 哈尔滨医科大学
《土建英语》	清华大学 黑龙江建筑职业技术学院
《IT 英语》	北京邮电大学 北京信息职业技术学院 北京电子科技职业学院
《汽车英语》	吉林大学 承德石油高等专科学校
《机电英语》	东南大学 河南工业职业技术学院
《包装印刷英语》	北京印刷学院 郑州牧业工程高等专科学校

编者
2009年5月

编写说明

《化生英语》是高职高专“新职业英语”系列教材“行业篇”中化生行业的主干教材，可供化生类各专业使用，旨在培养学生用英语处理化生相关业务的能力。本教材共八个单元，涵盖了化生类职业最典型的工作过程，包括需求分析、产品开发、量产、产品检测、市场营销、装运/付款、售后服务和职业发展。本教材可基本满足化生行业从业人员工作过程中的英语交际需要，并为学生因职业发展而进一步学习专业英语打好基础。

教材设计

一、内容组织

本教材和传统专业英语教材在内容组织上有着本质的区别。本教材不是以原料、试验、工艺、性能等学科知识的编排方式而是以化生行业主要职业的典型工作过程为参照系来组织内容。通过对化生行业主要职业基本工作过程的分析，提炼出该行业主要职业典型的工作过程，并确定每一工作过程中的主要工作任务，然后根据这些工作任务所需要的英语知识和技能设计英语学习任务。因此，本教材不是以英语为载体，把化生相关学科的专业知识重现一遍，而是让学习者真正体验化生类职业典型的工作过程，获取以英语为载体的过程性知识，并能在以后的工作中用英语进行相关的交际活动。

二、开发模式

本教材采用“英语教师 + 专业教师 + 行业人员”的开发模式。由三方人员组成本教材“双师结构”的开发团队，以专业教师和行业人员为主分析确定化生行业典型的工作过程和基本的工作任务，以英语教师为主设计语言学习任务，充分发挥各方专长。在工作过程和工作任务的分析过程中，本教材广泛调研了专业教师、学生、企业等的意见，重点参考了化生行业各职业的国家职业标准，如《化学检验工国家职业标准》、《粮油质量检验员国家职业标准》、《合成材料测试员国家职业标准》等，同时借鉴了英国国家职业资格（NVQ）化生类相关标准。

三、适用对象

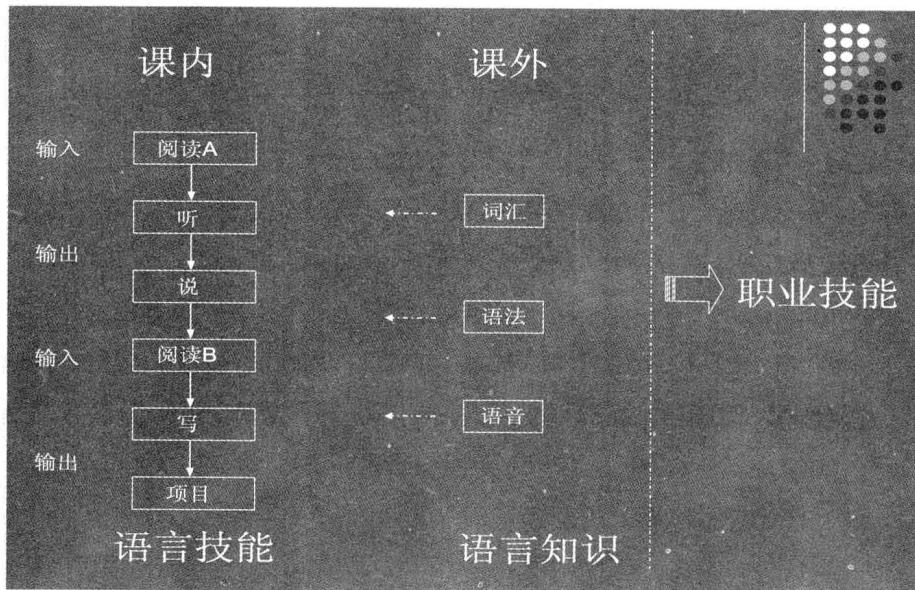
本教材根据化生行业主要职业的典型工作过程来组织内容，因此可供化生类各专业学生使用，如绿色食品生产与经营、绿色食品生产与检验、食药用菌、动物医学、宠物养护与疫病防治、化工装备技术、化工设备与机械、药剂设备制造与维护、营养与配餐、食品检测及管理、酿酒技术、粮油储藏与检测技术、乳品工艺、发酵技术、食品工艺与检测、营养与食品卫生、畜产品加工与检测、马铃薯生产加工、制糖生产技术与管理、维药学、现代中药技术、中药鉴定与质量检测技术等。各具体职业所需的学科知识可能有比较大的差别，但在基本要素、基本能力方面的要求是相通的，所需的英语知识和技能是相似的。为了工作过程的完整和选材的方便，本教材以目前从业人员最多的食品生物技

术、食品营养与检测、精细化工、药学、药品经营与管理、高分子应用、工业分析与检验为基本的职业背景。

教学设计

一、兼顾语言技能的训练和语言知识的巩固

本教材运用职业教育的理论来组织内容，但最终是以语言教材的形式呈现给使用者，因此可以采用与纯语言教材类似的方式来使用，教授本教材的教师也基本不需要太多专业知识。各单元都包含语言技能的训练和语言知识的巩固，语言技能包括听、说、读、写、译五种基本技能，语言知识包括语音、词汇、语法三种基本的语言知识。语言技能以读、听、说、读、写、说的顺序排列，既保证课堂教学中各技能的训练交叉进行，不会因相似技能训练时间太长而觉得枯燥，也符合语言习得输入、输出的相关理论，强调听、说为主的应用能力的培养。语言知识部分一方面是满足语言技能培养的需要，另一方面直接针对本阶段高职学生在英语知识方面的重点、难点，不强求知识的系统性，更追求能解决实际问题。



二、兼顾课内和课外两个教学环节

其一、本教材所倡导的教学目标之一是英语应用能力的提高，而应用能力的提高需要足够的课堂时间来组织相关教学活动，可能导致没有足够的时间来处理语言知识，这部分内容只能放在课外处理；其二、行业英语一般开设在基础英语（或职场英语）之后，基本的语言知识已不是本阶段学习的重点，放在课外环节仅起巩固提高的作用；其三、语言知识的积累，一定程度上可由学习者自行完成，通过教师在课堂上布置作业引导学生在课外自学，有助于培养学生良好的英语学习策略和自主学习能力。课内语言技能训练和课外语言知识巩固的区分当然不是绝对的，教师可根据教学的实际情况灵活处理，本教材模块化的布局可灵活满足个性化教学的需要。

三、兼顾语用意识、跨文化意识、学习策略意识和职业技能的培养

上述内容以隐性、非系统的方式分散在各单元中，旨在使学生在掌握相关英语知识和英语技能之外，能有一些语用意识、跨文化交际意识、学习策略的意识，并最终形成英语的职业技能，包括专业能力、方法能力和社会能力。教师在上课过程中遇到相关内容可灵活处理：比如对基础一般的学生可略去，对基础较好的学生则可充分讲解并适当补充，使他们具备更完善的职业英语综合能力，在未来的职场中更有竞争优势。

四、兼顾优秀的教学理论和教学方法

职业性和实践性是本教材的区别性特征，同时也继承了外语教学及教材编写一些优秀的理论和做法，主要包括折中主义的教学思想、整体教学的思想、任务教学/项目教学的思想以及多元大纲的教材编写理论等。在教学内容的组织上以工作过程为主线，辅以结构大纲、功能大纲等合理要素；在教学方法上，不局限于某一特定理论而是博采众长、为我所用，强调听、说、读、写各种技能的整体培养，确立教学中学生的中心地位，以任务、项目的形式让学生在“做中学”，最终获得必要的英语过程性知识及综合能力的提高。因此，教师可在教学过程中合理使用这些成熟理论和措施，来有效实现自己的教学目的。

教材结构

本书每单元涵盖一个典型工作任务，八个单元组成化生行业主要职业最典型的工作过程，同时每单元又由不同的微任务组成，这些微任务共同组成一个完整的微工作过程。每单元均分为课内、课外两个环节，课内环节包括 Unit Objectives, Warming-up, Reading A, Listening, Speaking, Reading B, Writing, Project, Self-evaluation 九个部分，课外环节包括 New Words and Expressions, Vocabulary and Structure, Grammar, Pronunciation 四个部分。每单元计划 8-10 个学时，全书计划用时 64-80 学时，可供行业英语教学阶段 1-2 学期（每学期 72 学时左右或 36 学时左右）使用。本教材对全书的生词率、复现率、难度、梯度均进行了合理控制，Reading A 的长度为 350 词左右，Reading B 的长度为 250 词左右。

一、课内部分

1. Unit Objectives

单元目标部分，提供单元所涉及的主要职业技能，帮助学生在开始学习之前了解单元的职业技能目标。

2. Warming-up

单元主题的导入部分，通过图片、讨论等生动有趣的活动引入单元主题，并帮助学生了解本单元的微工作过程和核心职业词汇。

3. Reading A

通用阅读部分，提供相应工作任务需要阅读的材料或对该任务的介绍，共设计四个任务，分别是

阅读前提示、总体阅读、仔细阅读和阅读后拓展。本部分强调阅读理解和语言输入，因此对应词汇表和词汇练习放在课外部分的 New Words and Expressions 和 Vocabulary and Structure 部分。

4. Listening

听力部分，共设计五个任务，各任务间环环相扣，共同形成一个任务环，练习形式包括填空、选择、正误判断、匹配、问答等目前主要的听力题型。

5. Speaking

口语活动部分，共设计四个任务，所涉及的交际功能与听力部分基本对应，强调语言的输出，帮助学生在熟悉典型交际情景的同时，能够比较熟练地掌握相关交际功能的语言表达方式，任务形式包括对话、小组活动、角色扮演、个人陈述等。

6. Reading B

实用阅读部分，根据单元主题和相关工作任务，选取工作过程中涉及的实用阅读材料，如问卷、行业术语、检查核对单等。共设计三个任务，考察学生对内容的理解、对术语的掌握和对相近材料进行英译汉的能力。

7. Writing

实用写作部分，根据单元主题和相关工作任务，选取工作过程中涉及的实用写作文体，如电子邮件、会议记录、研发报告、商务传真等。共设计两个任务，任务一比较通用，如写邮件、会议记录，需要一定的文本输出；任务二专业性相对较强，如设计合同、设计简报，采用模拟套写的形式。

8. Project

单元内容的应用部分，以项目的形式让学生实践单元的语言技能和职业技能，同时复习单元所涉及的主要微工作过程，从而把英语和职业联系起来，把学习和工作联系起来。项目内容与学生日常生活及将来工作密切相关，提供明确的操作指令，一般以小组的形式完成。

9. Self-evaluation

学生自我评估部分，与单元目标相呼应，从语言学习的角度引导学生自行检查学习效果，进而培养学生一定的英语学习策略和自主学习能力。

二、课外部分

1. New Words and Expressions

Reading A 和 Reading B 的生词和短语部分，包括生词、短语、专有名词、术语等，提供音标、词性和词义。本部分可让学生课外自学，也可根据需要在课堂上讲解。

2. Vocabulary and Structure

Reading A 的词汇和结构练习部分，共设计五个任务，提供拼写、词形变换、词义运用、结构和重点表达法的练习。本部分一般在课堂上和 Reading A 一起完成，也可用作课外作业。

3. Grammar

语法部分，针对本阶段学生遇到的语法难点或重点，侧重语法知识在交际活动中的应用，并帮助学生通过应用领悟语法规则。共设计三个模块，模块一通过语言活动，使学生对某一语法现象产生感性认识；模块二是对该语法现象提纲挈领的讲解；模块三是对该语法在交际活动中的应用。本部分自成体系，不一定和单元挂钩，其中第一个模块和第二个模块可在课堂上处理，第三个模块可以留给学生课外完成。

4. Pronunciation

语音练习部分，针对本阶段学生遇到的语音难点或重点，提供重音、连读、停顿、语调等方面的训练，练习形式强调师生互动和学生的参与。本部分自成体系，不一定和单元主题挂钩，教师可穿插用在课堂教学中来活跃课堂气氛，也可让学生在课外用作比较系统的语音训练。

为了进一步加强对学生语言技能的训练、培养学生的英语学习策略和一定的自主学习能力，并且方便教师进行形成性评估，本教材配有《化生英语形成性评估手册》，可作为主教材的补充材料。包括听力、词汇结构、阅读理解、翻译、写作五个部分，在题量、题型、版式等方面均进行特别设计，方便形成性评估的有效实施。另外，本教材还配有相应的助教课件，教师可以从外研社高等英语教育出版分社的网站（www.heep.cn）上下载。

编写队伍

“新职业英语”系列教材总主编为徐小贞教授。《化生英语》主编为章国军和马俊波，编者为朱小晶、阮红缨、李奇、杨洋、梁晴、李萍。本教材的核心思想来源于深圳职业技术学院校长刘洪一教授倡导的“职业外语教学改革”，刘校长本人及各级领导、兄弟院系的老师对职业外语教学改革给予了大力支持，并为教材编写前期的行业、企业调研等创造了诸多便利条件。化生学院的江世宏副院长和徐玲、丁文捷、章蓉、林雪春、刘莉萍、霍伟强、党建章等老师在工作过程调研、联系行业和企业以及选材等方面提供了诸多建设性的帮助。深圳职业技术学院外籍教师 Mike Kopko 和 Trey Menefee 分别通读了全稿，并做了文字修订工作。深圳市化生行业有关协会、企业在工作过程调研、社会需求调研等方面也提供了许多方便，在此一并表示衷心的感谢！

由于编者水平所限，疏漏在所难免，希望使用者不吝赐教，批评指正，以便再版时更正和改进。

编者
2009年8月

Contents

Unit	Reading A	Listening and Speaking	Reading B	Writing	Project	Vocabulary	Grammar	Pronunciation
Unit 1 Needs Analysis (p1)	Men's Cosmetics Market	Market Research	Skin Type Test	Summary & Feasibility Report	Needs Analysis	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Part of Speech	Sentence Stress
Unit 2 Product Development (p25)	An Optimum Nutrition Formula	Drug Testing	Centrum Performance	Memo & R&D Report	Product Development	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Modal Verbs	Liaison
Unit 3 Mass Production (p49)	Production Process	Organizing Production	The Seven HCCAP Principles	Notice & Production Log	Mass Production	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Tenses	Assimilation & Elision
Unit 4 Product Inspection (p73)	What is Food Safety Inspection	Inspection Methods and Requirements	Food Safety Inspection Checklist	E-mail & Corrective Action Report	Food Inspection	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Sentences	Pause, Sense Group & Breath Group
Unit 5 Marketing & Selling (p97)	Prescription Drug Marketing	Product Launching	Enquiry	Fax & Order Sheet	Marketing and Selling	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Attributive Clauses	Intonation
Unit 6 Shipment & Payment (p121)	How to Prepare Your Freight Shipment	Shipment & Payment	Some Common Terms Shipment	Letter & Application for a Commercial Letter of Credit	Shipment and Payment	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Non-finite Verbs	Tongue Twister
Unit 7 After-sales Service (p147)	The Importance of a Warranty	Dealing with Complaints	How to Respond to a Customer Complaint	Minutes & Complaint Process Feedback Form	After-sales Service	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Subjunctive Mood	Poem
Unit 8 Career Development (p171)	Career Development	First Employment	Skills to Sell in Your Job Search	Application Letter & Personal Résumé	Career Development	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Punctuation	Speech

工作流程/语言技能表

工作流程/语言技能	
1 需求分析	信息收集 → 市场调研 → 可行性研究 Reading A → Listening & Speaking → Reading B → Writing
2 产品开发	原料选择与配方设计 → 样品测试 → 样品配方 → 研发报告 Reading A → Listening & Speaking → Reading B → Writing
3 批量生产	工艺流程 → 生产要素 → 生产管理规程 → 生产报告 Reading A → Listening & Speaking → Reading B → Writing
4 产品检测	安全检测范围及意义 → 检测方法 & 检测要求 → 检测结果 Reading A → Listening & Speaking → Reading B → Writing
5 市场营销	产品推介 → 询盘与报盘 → 成交 Reading A → Listening & Speaking → Reading B → Writing
6 装运/付款	备货 → 装运 → 付款 Reading A → Listening & Speaking → Reading B → Writing
7 售后服务	质量保证 → 投诉处理 → 投诉处理原则 → 处理结果及跟进 Reading A → Listening & Speaking → Reading B → Writing
8 职业发展	职业选择 → 初次就业 → 职业提升 Reading A → Listening & Speaking → Reading B → Writing



UNIT

1

Needs Analysis

Unit Objectives

After studying this unit, you are able to:

- collect market information for the product you are going to develop
- do simple market research
- analyze survey results
- understand a feasibility report



Warming-up

Task 1 Complete the following sentences with the words or phrases given.

questionnaire
R&D

feasibility study
market research

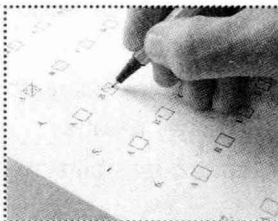
cosmetic products
target market

1. Only a few years ago, the shelf space in department stores dedicated for male _____ and personal care products was limited to shaving foam and body washes.
2. A _____ is a research instrument consisting of a series of questions and other tips for gathering information from respondents.
3. A _____ is a specific group of consumers at which a company aims its products and services.
4. Doing _____ is gathering and evaluating data on consumers' preferences for products and services.
5. While _____ is often considered the work of high-tech firms developing cutting-edge technology, it is also undertaken by many established consumer goods companies seeking to improve old products.
6. Small business owners may find it helpful to conduct a _____ before they decide to develop a new product.

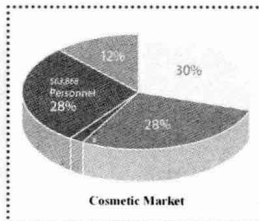
Task 2 Match each of the following pictures with a corresponding component of needs analysis which might arise when developing new cosmetic products.



A



B



C



D

Design a questionnaire.

Draft a feasibility report.

Conduct a street interview.

Analyze data with a chart.

Reading A

Task 1 Cosmetics are no longer just for women. More and more cosmetic products are being brought out for men to use. Match each picture below with its corresponding type of men's cosmetics and list as many other products of each type as you can.

Hair Care: _____

Make-up: _____

Skin Care: _____

Perfume: _____

Shaving Care: _____



Men's Cosmetics Market —A "Gold Mine" Ready for Excavation

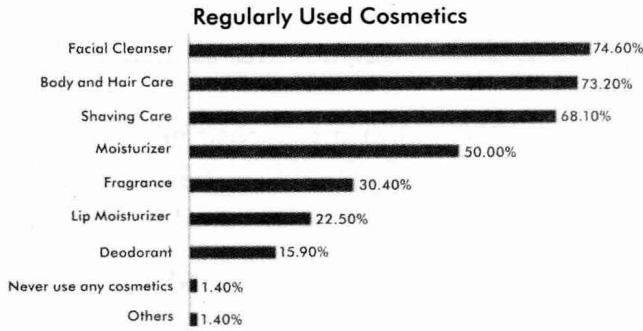
Male cosmetics consumption has been on the rise in recent years with extremely strong growth in the area of skin and personal care products. With rising consciousness in attaining "The Look", Chinese consumers, both men and women, are spending more on and "investing" in cosmetics so they can look and feel better. And for men, it's really about using cosmetics to get ahead in their careers.

An ongoing survey on cosmetics used by men, being conducted by China Polling, has revealed that almost 99% of male consumers regularly use cosmetics. While, to date, the number of respondents may still be relatively modest and a sample of just 138 regular users has been reported so far, the results are considered significant: facial cleanser, body & hair care and shaving care are the

most frequently used products.

When deciding which products to buy, men are more likely to get advice from friends and family (28%). But what are the most important factors that affect their purchasing decisions? Survey results so far show that the quality of the product is very important. The features or functions of the item, the brand name and the ingredients used in the product are the top three factors that male consumers consider when making their cosmetics purchasing decisions. Perhaps surprisingly, given the attention they often receive, web ads, attractive packaging and print ads appear to be far less influential factors.

The survey has also looked at the point of sale. Boutiques and department stores have been found to be the outlets most men go to when looking



to buy cosmetics (58%). Supermarkets are the second most frequent suppliers (30%) followed by personal care stores (9%).

As is noted above, the survey of cosmetics used by men is continuing. However, one thing seems to be clear from these early results: with the increasing need for male consumers to look and feel good, more and more manufacturers will enter this niche market targeting men. For cosmetics companies, the male consumer market in China is very much the “gold mine yet to be excavated”.

Task 2 Read the passage. Match each paragraph with the corresponding aspect of China’s male cosmetics market.

<p>Paragraph 1</p> <p>Paragraph 2</p> <p>Paragraph 3</p> <p>Paragraph 4</p> <p>Paragraph 5</p>	<p>a. Preferred shopping places</p> <p>b. Market development potential</p> <p>c. Reasons for the growth in male cosmetics consumption</p> <p>d. Regularly-used cosmetics</p> <p>e. Factors influencing purchasing decisions</p>
---	---

Task 3 Decide whether the following statements are true (T) or false (F) according to the passage.

- 1. In China men spend more on cosmetics than women do to achieve career success.
- 2. Most male customers worldwide have responded to the survey so far.
- 3. Men often turn to family and friends for advice on purchasing cosmetic products.
- 4. Good packaging can greatly influence men’s choice of cosmetics.
- 5. Cosmetics companies can expect to enjoy opportunities in China’s male cosmetics market.

Task 4 Suppose your company is targeting the men’s skin care market, and you are required to collect information on the preferences, buying habits, opinions and attitudes of current or potential male customers. Brainstorm THREE useful methods for collecting the information and explain to your classmates how you would carry them out.