

行业篇

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：王晓红 张铁钢

经贸英语

English for
Business & Trade



教师用书

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

行业篇

高职高专英语立体化系列教材

新职业英语

ENGLISH FOR CAREERS

经贸英语

English for
Business & Trade

总主编：徐小贞

主 编：王晓红 张铁钢

副主编：李 毅 闫书颖

编 者：傅 强 黄 剑 王 蓬

江苏工业学院图书馆
藏书章

教师用书

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

经贸英语教师用书 / 王晓红, 张铁钢主编; 傅强等编. — 北京: 外语教学与研究出版社, 2009.9
(新职业英语. 行业篇 / 徐小贞主编)
ISBN 978-7-5600-9049-8

I. 经… II. ①王… ②张… ③傅… III. 经济—英语—高等学校: 技术学校—教学参考资料
IV. H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 179076 号

出 版 人: 于春迟

项目负责: 茹雪飞

责任编辑: 王俞涵

封面设计: 刘 冬 崔丹丹

版式设计: 涂 俐

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: 北京京科印刷有限公司

开 本: 889×1194 1/16

印 张: 23.75

版 次: 2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5600-9049-8

定 价: 48.90 元 (含 MP3 光盘一张)

* * *

如有印刷、装订质量问题出版社负责调换

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: 190490001

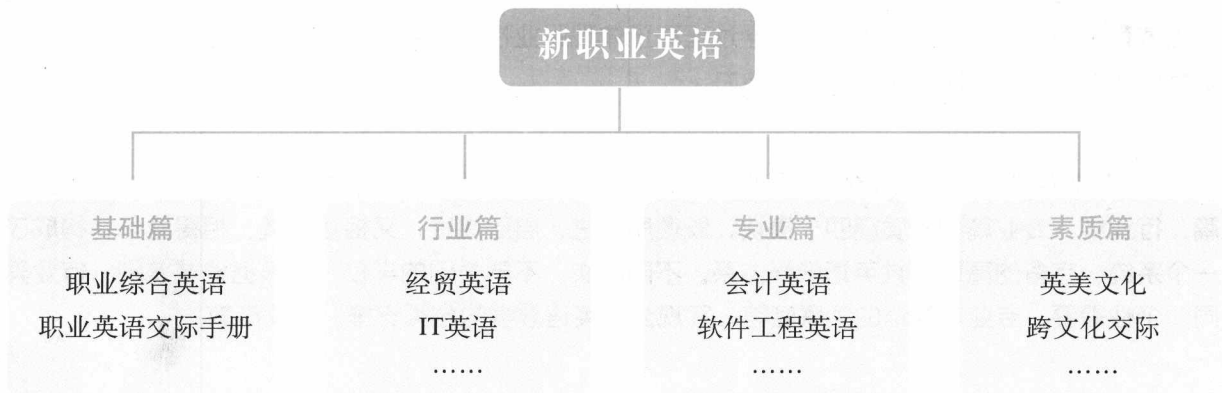
前言

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

《经贸英语》是高职高专“新职业英语”系列教材行业篇中经贸行业的主干教材，可供经贸类专业使用，旨在培养学生用英语处理与经贸相关的业务能力。本教材共八个单元，涵盖了经贸类职业最典型的工作过程，包括业务接洽、商业背景调查、交易磋商、签订合同、支付货款、货物包装、货物交付、投诉与索赔。本教材可基本满足经贸从业人员工作过程中的英语交际需要，也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。本教材不是以询盘、报盘、贸易术语等学科知识的结构来编排的，而是以经贸行业主要职业的典型工作过程为参照系来组织内容。通过对经贸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，把经贸学科的专业知识重现一遍，而是让学习者真正体验经贸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经贸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，并参考和借鉴了相关的行业标准。

三、适用对象

本教材根据经贸行业主要职业的典型工作过程来组织内容，因此可供经贸类专业学生使用。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。

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,语言知识包括词汇、语法两种基本的语言知识。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,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,使用者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

上述内容的培养以隐性、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、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。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,八个单元组成经贸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, Fun Time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。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、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, 如调查报告、合同范本、信用证模板、提货单等。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文体, 如涉及各个工作环节的邮件、购货合同等。

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和Reading B的词汇和结构练习部分, 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. Fun Time

娱乐部分, 以绕口令和笑话为主, 要求师生互动和学生的参与。它自成体系, 不一定和单元挂钩, 教师可穿插用于课堂教学来活跃课堂气氛。

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”系列教材总主编为教育部高职高专英语类专业教学指导委员会副主任委员徐小贞教授。《经贸英语》主编为王晓红、张铁钢, 副主编李毅、闫书颖, 参加编写的人员有傅强、黄剑、王蓬。编写过程中, 我们参考了许多中外优秀经贸英语教材和资料, 走访了诸多企业和外贸公司, 在此对有关专家、学者和企业负责人表示深深的谢意。

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	Fun Time
Unit 1 Business Relations (p 1)	Establish Business Relations	Client Reception	Client Background	Emails for Establishing Business Relations, Reply	Business Relations	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Part of Speech	Tongue Twister
Unit 2 Business Background Check (p 23)	How to Conduct Business Background Checks	Background Check	Credit Report	Credit Report Items	Business Background Check	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Modal Verbs	Tongue Twister
Unit 3 Business Negotiation (p 45)	General Steps in Business Negotiations	Enquiry, Offer, Counter-offer & Acceptance	Correspondence	Letter for Samples, Price Lists and Possible Order, Email for Acceptance	Business Negotiation	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Tenses	Sillence Is Gold
Unit 4 Conclusion of a Contract (p 67)	Concluding a Contract	Client Contact About Signing a Contract	Sales Contract	A Sales Contract	Conclusion of a Contract	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Sentences	I Drop My Weight from Skipping
Unit 5 Payment (p 91)	Payment in International Trade	Negotiation About the Method of Payment	Letter of Credit	Email for Notifying the Method of Payment, Agreement	Payment	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Attributive Clause	Everybody, Somebody, Anybody, and Nobody
Unit 6 Packing (p 113)	An Introduction to Packing	Client Contact on Packing	Label	Email for Advising New Mode of Packing, Agreement	Packing	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Non-finite Verbs	The Smartest Dog
Unit 7 Delivery (p 137)	Incoterms	Client Contact About Delivery	Bill of Lading	Shipping Instruction Email, Confirmation of Delivery	Delivery	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Subjunctive Mood	The Place to Bury Mother-in-law
Unit 8 Complaint and Claim (p 159)	Complaint and Claim	Dealing with Complaint and Claim	How to Deal with Claims	Claim, Reply to a Claim	Complaint and Claim	New Words and Expressions Vocabulary and Structure	Punctuation	Tongue Twister



UNIT

1

Business Relations

Unit Objectives



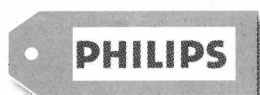
After studying this unit, you are able to:

- understand how to establish business relations
- receive a client
- answer phone calls from potential customers
- write and answer emails for establishing business relations



Warming-up

Task 1 The following logos represent some of the most famous multinational companies in the world. Which ones are you familiar with? Please choose and talk about the companies and their products or services briefly.



Task 2 Receptionists are normally considered the first business card of a company. Among the following qualities, what would make a qualified receptionist? Arrange your choices in order from the most important to the least and explain why.



☐ Standard Mandarin (普通话)

☐ Cordial and Friendly Attitude

☐ Attractive Appearance

☐ Good Management Skill

☐ Great Familiarity with Products

☐ Considerable Flexibility



UNIT 1

单元流程说明:

1. 本单元结合**国际经贸业务**中的典型工作流程、工作场景，概述经贸行业中的第一个工作环节——“建立业务关系”；
2. **建立业务关系**：通过整体介绍，首先明确建立业务关系的重要性、常用方法以及一些注意事项，并结合具体实例初步掌握建立业务关系的方法，如写商务信件 (Reading A)；
3. **客户接待**：在具体的场景下——包括打电话和直接会面，公司相关人员约见、接待客户，向客户介绍自己的公司及产品，并就合作意向和事宜进行初步接洽 (Listening & Speaking)；
4. **客户背景**：通过多种途径了解客户的背景信息，对可能进行合作的客户及其产品有比较清楚准确的了解 (Reading B)；
5. **确立业务关系**：客户与公司通过比较正式的形式——书面方式，沟通和确立业务关系 (Writing)。



Warming-up

Task 1

Suggested Answers

Philips

Royal Philips Electronics of the Netherlands focuses on improving people's lives through timely innovations. As a world leader in healthcare, lifestyle and lighting, Philips integrates technologies and design into people-centric solutions, providing a great variety of products such as juicer, coffee maker, patient monitor, etc.

Nokia

Nokia Corporation is a Finnish multinational communications corporation engaged in the manufacturing of mobile devices and in converging Internet and communications industries. It is the world's largest manufacturer of mobile telephones.

Wal-Mart

Wal-Mart Stores, Inc. is an American public corporation that runs a chain of large, discount department stores. It is the world's largest public corporation by revenue, according to the 2008 Fortune Global 500. The company was founded by Sam Walton in 1962, incorporated on October 31, 1969, and listed on the New York Stock Exchange in 1972.

Lenovo

Lenovo Group Limited is the world's fourth largest personal computer manufacturer, after Hewlett-Packard and Dell of the US and Acer of China's Taiwan. Lenovo produces desktops, laptops, servers, hand-held computers, imaging equipment, and mobile phone handsets. Its executive headquarters are located in Beijing, China, and in Morrisville, North Carolina, the US.

Dunhill

Alfred Dunhill, Ltd. is a British-based company, specializing in men's luxury leather goods, writing implements, lighters, timepieces, fragrances and clothing.

Toyota

Toyota Motor Corporation is a multinational corporation headquartered in Japan, and the world's largest automaker. In addition to manufacturing automobiles, Toyota provides financial services and also builds robots.

Task 2

Suggested Answers

1. Cordial and Friendly Attitude
2. Considerable Flexibility
3. Great Familiarity with Products
4. Standard Mandarin (or English)



Reading A

Task 1 Before reading the passage, see how much you know about establishing business relations by answering the following questions.

1. Why do companies need to establish business relations?
2. What are the methods generally adopted to establish business relations?
3. What kind of business letter contributes to successful establishment of business relations?

Establish Business Relations

Establishing business relations is usually the first step for a company to do business, and it is very important either for a new firm or an old one. For the former, it helps start business and secure its position on the market; for the latter, it enables the old firm to expand business and increase the turnover.

In international business, there are some channels for a business to obtain information about potential customers, such as advertisements in the media, market survey, its business connections, chambers of commerce, trade fairs and exhibitions held both at home and abroad, or mutual visits by trade delegations and groups, etc. The generally enormous geographic distance between the buyer and the seller makes it hard for them to meet, so writing to a potential or prospective

client for the establishment of business relations is a common practice. The following information is usually included in this kind of letter:

1. The source of information (where you learn about the company);
2. The reference to the company's position and reputation on the market;
3. Brief introduction to your own company (the business scope of your company, your position on the market, your products or services, etc.);
4. Your intention of writing the letter (in what way you want to start business with them: to buy their products, to sell your own products or to invest in their company, etc.);
5. Your expectation of cooperation and early reply.

The following is a sample letter for your reference.

Dear Mr. Scott,

We learned about your company from your business associate, Jack Lewis, at the Guangzhou Trade Fair last week. Your company certainly has been in fashion business for years and is famous around the world. Mr. Lewis suggested that I contact you regarding the services and products of my agency, the China Textile Product Corporation. So I am now writing to you, hoping that you might be interested in our high-quality fabric and other related products.

As you may know, China is one of the main suppliers of cotton and silk products. My agency is responsible for the export and import of Chinese textile products. Our great productivity, best-quality products and the responsible work of my agency make us the best and the most reliable client. Enclosed in this letter is our latest catalog, which will give you a general idea of our company and our products. Should you be further interested, please contact us at any time.

We are expecting your reply. Thank you very much.

Yours sincerely,
Yang Fang
General Manager
China Textile Product Corporation



Reading A

Background Information

In modern international trade, it is primary and necessary for a company to seek prospective clients and to establish business relations with them so as to start and develop its business. In doing this, the seller and the buyer often choose writing letters, sending emails, making phone calls, or simply meeting each other, among which, writing letters or emails is most frequently used. A good letter for establishing business relations should comply with the following principles: complete—the letter should include necessary information; considerate—the letter should be composed with due consideration of the receiver's need or expectation; courteous—the tone of the letter should be courteous and polite; clear—the writer's ideas should be expressed clearly in the letter, avoiding possibly misleading words or expressions; concise—the letter should be concise and direct; correct—the information, grammar, and punctuations, etc. in the letter should be correct.

Task 1

Objectives:

- Ss know the importance of establishing business relations.
- Ss understand the methods generally used to establish business relations.
- Ss learn what makes a successful business letter in establishing business relations.

Time: 10 minutes

Steps:

- Ss do this in pairs or small groups to brainstorm a list. Circulate in the classroom to assist if necessary. Write any useful vocabulary on the board.
- When Ss have finished talking, get one or two pairs to give their answers in class. Give each speaker a time limit.
- The rest of the class should listen and compare answers and be prepared to discuss whether they agree or disagree with the speakers.

Note:

- Accept any ideas as this is a way of getting Ss to

think about the topic. When making a comment, encourage rather than dishearten. Emphasize any good point made by Ss. To encourage fluency, don't always try to interrupt.

Suggested Answers

1. Because establishing business relations is the very first step of doing business with clients, especially when your company is newly established, or the client is new, or your company is entering a new market.
2. Meeting in person, making phone calls, writing business letters, sending emails, etc.
3. A successful business letter should be polite, cordial, friendly, with your intention clearly stated, and include necessary information such as the introduction to your company and products.

Translation

建立业务关系

建立业务关系通常是公司开展业务的第一步，无论对于新公司还是老公司都非常重要。对于前者，建立业务关系有助于开展业务和确保其市场地位；对于后者，建立业务关系则能够使其扩大业务量、增加营业额。

在国际贸易中，一个公司可以通过某些渠道获得关于潜在客户的信息，如媒体广告、市场调查、业务关联、商会、国内外贸易交易展览会或贸易代表团的互访等。国际贸易的买方与卖方之间通常存在巨大的地理距离，这使买卖双方很难会面，所以通常的做法是写信给潜在的或可能成为客户的伙伴来建立业务关系。此类信件通常包括以下信息：

1. 信息来源（在何处获知对方公司）；
2. 提及对方公司在市场的地位和声望；
3. 简略介绍己方公司（公司的业务范围、市场地位、产品或服务）；
4. 写该信的目的（期望以何种方式与对方开展业务：购买对方产品、销售己方产品或投资对方公司等）；
5. 表示期待合作和及早得到答复。



Task 2 Read the passage. Choose from the following word or expressions and fill in the appropriate box.

expanding business
exhibitions
business connections
writing letters
chambers of commerce

advertisements in the media
trade fairs
starting business
increasing the turnover

The functions of establishing business relations:

Sources of getting information about potential dealers:

Task 3 Read the passage again and tick off the facts mentioned in the sample letter.

- | | |
|---|--|
| ☐ 1. location | ☐ 6. expectation of cooperation and early reply |
| ☐ 2. brief introduction to the company | ☐ 7. payment for sales |
| ☐ 3. the intention of writing the letter | ☐ 8. plan for development |
| ☐ 4. the history of the company | ☐ 9. the source of information |
| ☐ 5. competition on the market | ☐ 10. previous customers' satisfaction |

Task 4 The reading passage has shown clearly how to write a letter aiming at establishing business relations. Besides the important points given in the passage, do you think there are still more useful techniques? Please talk about them in class.