经贸外语口语系列

经贸意大利语口语

Laboratorio dell'Italiano Commerciale

张海虹 编著
菲德莉卡·布雷西（Federica Blesi） 审校

对外经济贸易大学出版社
University of International Business and Economics Press

经贸外语口语系列

经贸意大利语口语

Laboratorio dell'Italiano Commerciale

张海虹　编著

菲德莉卡·布雷西（Federica Blesi）　审校

对外经济贸易大学出版社

中国·北京

图书在版编目（CIP）数据

经贸意大利语口语 / 张海虹编著. —北京：对外经济贸易大学出版社，2014
（经贸外语口语系列）
ISBN 978-7-5663-1041-5

Ⅰ. ①经… Ⅱ. ①张… Ⅲ. ①贸易–意大利语–口语 Ⅳ. ①H772.94

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2014）第 107331 号

© **2014 年　对外经济贸易大学出版社出版发行**

版权所有　翻印必究

经贸意大利语口语
Laboratorio dell'Italiano Commerciale

张海虹　**编著**

责任编辑： 胡小平　潘源文

对外经济贸易大学出版社
北京市朝阳区惠新东街 10 号　　邮政编码：100029
邮购电话：010－64492338　发行部电话：010－64492342
网址：http://www.uibep.com　　E-mail：uibep@126.com

北京市山华苑印刷有限责任公司印装　　新华书店北京发行所发行
成品尺寸：185mm×230mm　　13.25 印张　　265 千字
2014 年 9 月北京第 1 版　　2014 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-1041-5
印数：0 001－2 000 册　　定价：33.00 元（含光盘）

出 版 说 明

随着经济全球化浪潮的日益高涨，中国与世界各国之间的经贸往来日益密切，社会对经贸外语人才的需求也越来越大。为了使有志于从事对外经贸工作的外国语专业的学生具备一定的外语口语技巧，提高其在经贸领域中的外语表达和交际能力，对外经济贸易大学出版社联合全国重点院校骨干教师特编写了本套“经贸外语口语系列教材”。

本套经贸外语口语系列教材包含英、法、德、日、韩、俄、意大利、西班牙、葡萄牙、阿拉伯等十个语种版本。每个语种教材根据外贸流程的具体环节进行编写，按单元划分结构，各单元紧紧围绕一个环节展开，先易后难，循序渐进，包括：“背景介绍”、“情景对话”、“口语技巧”、“仿真实训”、“商务礼仪小帖士”等模块。其中，“背景介绍”部分介绍整个单元的背景知识；“情景对话”部分呈现经贸口语对话、词汇、注释；“口语技巧”部分总结和提炼对话中的口语技巧；“仿真实训”部分提供给学习者经贸口语实战训练的机会；“商务礼仪小贴士”部分介绍跨文化经贸活动中常见的文化差异和礼仪，力求有效地帮助学生将课堂知识与未来的工作联系起来，提高他们的实战技能。

本套教材主要面向高等院校各类语言专业本科学生，为他们提供专业、地道、实用性强的经贸口语知识。另外，本套教材也适合于目前从事对外经济贸易工作的人员自学外语口语，掌握经贸外语口语的表现方法和技巧，提高经贸外语水平。

前　言

为适应经济全球化大环境下我国对外经济贸易事业的飞速发展和满足校内外教学与培训外经贸人才的需求，在参考外国原版教材和研究中国学习者的学习特点的基础上，编者根据国内外最新修订、公布的有关法规以及国际贸易惯例与规则，结合商务谈判技巧、语言特点和行业专业知识，编写了本教材《经贸意大利语口语》。

本教材的教学对象是意大利语本科三年级学生，要求学习者的意大利语水平达到欧盟语言统一标准的 B2 级。本书共分九章：第一章，接洽；第二章，价格；第三章，付款；第四章，包装；第五章，运输；第六章，保险；第七章，合同；第八章，贸易代理；第九章，索赔。每章由七个部分的内容组成：理论知识、谈判实践、常用句式、注释、练习、单词表和翻译。

本教材将经贸理论和实践相结合，弥补了国外原版教材和国内教材过于注重经贸理论或经贸口语实践的不足。本书的宗旨是希望学习者在提高意大利语听力、反应速度等交际能力的同时，能将已掌握的经贸理论知识熟练运用到口语交际中，完成涉及贸易流程各环节中的商务谈判任务。

在本书的编写过程中，承蒙多位朋友大力协助，提供了大量的资料，借此机会向他们表示诚挚的谢意。此外，为了确保语言的规范无误，特别邀请了原意大利外交部派驻广东外语外贸大学意大利专家布雷西（Federica Blesi）女士对全文进行校阅及编制每章练习中最后一道对话练习题，谨在此表示衷心的感谢。

本书的编写参考了国内外国际贸易实务方面的大量著作，有的地方还直接引用了其中的某些具体材料。鉴于本书不是专门论著，因此编者在文内并未一一注明，特在此向所引各书的作者表示谢意。

由于编者水平有限，且完稿时间比较仓促，书中难免存在不足或纰漏，敬请读者批评指正。

编　者

2014 年 1 月

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

INDICE

Unità 1 Relazioni d'affari ····· 1

Unità 2 Prezzi ····· 17

Unità 3 Pagamento ····· 35

Unità 4 Imballaggio ····· 53

Unità 5 Trasporto ····· 69

Unità 6 Assicurazione ····· 87

Unità 7 Il contratto internazionale ····· 105

Unità 8 Agenti ····· 127

Unità 9 Reclami ····· 145

Appendici ····· 163

Vocabolario ····· 191

参考文献 ····· 202

Unità 1

Relazioni d'affari

Introduzione alla terminologia specifica

Il commercio internazionale[1] cioè l'insieme degli scambi di beni fra nazioni—scambi di prodotti finiti[2], semilavorati utilizzati nella produzione di altri beni o prodotti agricoli—permette a una nazione di specializzarsi in quei beni che può produrre in maniera più economica ed efficiente e consente inoltre a un paese di consumare più di quanto sarebbe in grado di produrre se dovesse contare soltanto sulle proprie risorse. Con il commercio internazionale, le aziende nazionali possono commercializzare[3] i loro prodotti su altri mercati o trovare fornitori sul mercato internazionale, possono cioè concludere un contratto internazionale di compravendita.

Prima di iniziare la stesura di un contratto di compravendita, le aziende devono espletare numerosi compiti preliminari, i principali dei quali sono:

1) individuazione nella propria azienda della persona che svolgerà il ruolo di responsabile e di curatore degli interessi della parte coinvolta nelle operazioni commerciali;

2) la scelta di un mercato di riferimento che comporta lo studio della situazione del prodotto di riferimento nel mercato estero, delle relazioni di domanda e offerta sul mercato e del prezzo del prodotto di riferimento nel mondo. Per esempio, si verifica che il prodotto rispetti la legislazione del Paese in cui si vuole esportare in materia di sicurezza ed etichettatura in modo da evitare di incorrere in multe o nel ritiro dei propri prodotti dal mercato, con un notevole danno in termini sia economici che di immagine;

3) la scelta dei partner commerciali più adatti, scelta che deve essere fatta dopo uno

studio serio sulla capacità di solvibilità, oggetto sociale, capacità di gestione e stile di gestione del partner.

Le aziende che vorrebbero vendere i propri prodotti all'estero devono prestare massima attenzione alla strategia che intendono adottare per farsi conoscere sul mercato internazionale. La scelta più comune è quella di partecipare a una fiera; inoltre, per dare più visibilità alla propria azienda, si possono valutare alcune iniziative come le inserzioni pubblicitarie all'interno del catalogo della fiera o delle principali riviste di settore, l'organizzazione di conferenze per la presentazione del prodotto alla stampa, la diffusione di comunicati stampa alle principali testate del settore, la sponsorizzazione di eventi, ecc.

Un'operazione complementare consiste nella combinazione dell'invio di materiale informativo via posta elettronica con il contatto diretto telefonico con le aziende. Questa tecnica permette di preparare l'interlocutore sul tema che si vuole trattare e di verificarne l'interesse con il contatto telefonico.

Conclusa la gestione dei contatti raccolti in fiera, tutte le aziende si trovano di fronte alla necessità di individuare i nomi dei possibili principali acquirenti stranieri e di conoscerne le esigenze o eventuali procedure d'acquisto; è necessario cioè che tali aziende facciano una valutazione complessiva dei loro eventuali partner commerciali.

Una volta che una determinata azienda ha trovato un potenziale cliente interessato ai suoi prodotti e alla sua offerta commerciale, si trova ad affrontare l'aspetto finanziario che consiste nel determinare le modalità di pagamento e le garanzie da richiedere ai potenziali clienti. Dato che c'è un certo grado di rischio nei rapporti commerciali, è consigliabile cautelarsi utilizzando strumenti di verifica dell'affidabilità finanziaria del proprio interlocutore. Se l'importo di vendita diventa significativo, si consiglia di chiedere il pagamento mediante strumenti di garanzia bancaria, ad esempio lettere di credito, ecc.

L'azienda che cerca fornitori o prodotti sui mercati esteri, incontrerà difficoltà simili a quelle viste per i fornitori esteri e cioè la padronanza delle lingue, la conoscenza della legislazione, le garanzie sull'affidabilità dei fornitori, ecc.

Siccome il problema principale incontrato dalle aziende che operano sui mercati internazionali è la ricerca e la valutazione dei fornitori, è necessario, prima di tutto, raccogliere informazioni sia del mercato sia dei possibili fornitori. I canali sono vari e quelli tradizionali comprendono: la consultazione di riviste specializzate, la visita a fiere, il parere di consulenti che operano nello specifico mercato e il contatto con le camere di commercio o altre organizzazioni simili. Oggi grazie ad Internet gli acquirenti hanno a disposizione nuovi

strumenti per divulgare le proprie richieste di prodotti, disporre di informazioni aggiornate, cercare nuovi fornitori e prendere visione delle loro offerte. A tutto questo si aggiunge il fatto che questi strumenti aiutano a semplificare la comunicazione tra acquirenti e fornitori specie nel commercio con l'estero.

Dialoghi situazionali

Dialogo-1 Incontro alla fiera

Sig. Fang: Buongiorno!

Sig. Rossi: Buongiorno!

Sig. Fang: Ecco il mio biglietto da visita e il catalogo dei nostri prodotti!

Sig. Rossi: Grazie! Ed ecco il mio.

Sig. Fang: Grazie! Posso sapere cosa state cercando? Quale nostro prodotto Vi interessa?

Sig. Rossi: Stiamo cercando questa molletta. Non so se la producete anche voi.

Sig. Fang: Scusi, può passarmi il campione?

Sig. Rossi: Certo. Ecco.

Sig. Fang: Se non mi sbaglio, è acrilica, vero?

Sig. Rossi: Sì, giusto. Ho notato che una parte dei vostri prodotti è di questo materiale.

Sig. Fang: Sì, questa è una lavorazione già molto comune, possiamo produrne una uguale al campione.

Sig. Rossi: Scusi, siete produttori o siete un'azienda di import-export?

Sig. Fang: Entrambe le cose: abbiamo i nostri stabilimenti e svolgiamo da soli anche operazioni di import-export.

Sig. Rossi: Perfetto! Stiamo cercando proprio un collaboratore che lavori secondo i disegni forniti da noi. Non vogliamo avere in mezzo una compagnia d'import-export che aumenta il costo di commercializzazione. Vi interessa la nostra proposta?

Sig. Fang: Certo. Però, che prodotti lavorate? Perché come vedete, noi produciamo principalmente solo quelli per casa!

Sig. Rossi: Non vi preoccupate, anche noi lavoriamo proprio gli oggetti per casa.

Sig. Fang: Benissimo!

Sig. Rossi: Dove si trova la vostra fabbrica? Vorremmo farci una visita per capire meglio la vostra produttività.

Sig. Fang: Vicino a Canton. Siamo a Shunde. Conoscete questa città?

Sig. Rossi: Mi dispiace, non conosciamo così bene la Cina. È troppo grande! C'è l'indirizzo nel Suo bigliettino da visita, lo cercheremo su Internet.

Sig. Fang: Esatto! Prima della vostra partenza, potreste confermarci il vostro programma e noi potremo anche mandare una macchina a prendervi all'Aeroporto Baiyun di Guangzhou.

Sig. Rossi: Grazie! Siete molto gentili!

Sig. Fang: Teniamoci in contatti per e-mail!

Dialogo-2 Accoglienza all'aeroporto

Sig. Zhou: Buongiorno! Benvenuto a Canton!

Sig. Verdi: Buongiorno! Grazie! Come sta? Tutto bene?

Sig. Zhou: Sì, tutto bene! Grazie! E Lei? È andato bene il Suo viaggio?

Sig. Verdi: Sì, tutto bene.

Sig. Zhou: Ha già preso tutte le valigie?

Sig. Verdi: Sì, ho tutto.

Sig. Zhou: Allora, andiamo a prendere la macchina. Il collega ci aspetta già all'uscita.

Sig. Verdi: Perfetto. Andiamoci.

(In macchina)

Sig. Verdi: Mi dispiace tanto per il ritardo del volo. Mi avete aspettato per tanto tempo?

Sig. Zhou: No, prima della partenza abbiamo telefonato all'aeroporto e abbiamo saputo che il volo sarebbe arrivato con un'ora di ritardo, quindi ci siamo organizzati bene e siamo arrivati qui solo mezz'ora prima della Sua uscita della dogana.

Sig. Verdi: Meno male! Avevo paura di avervi fatto aspettarmi troppo. Qui fa un po' caldo eh!

Sig. Zhou: In realtà, in questi giorni, la temperatura non è alta, ma c'è tanta umidità. Oggi l'umidità arriva circa al 95%. A casa si può vedere che le pareti trasudano!

Sig. Verdi: Mamma mia!

Sig. Zhou: Allora, cosa facciamo adesso? Ci vuole un'ora e mezza per arrivare al Suo albergo. Andiamo a pranzare prima o preferisce tornare prima all'albergo?

Sig. Verdi: Il ristorante è lontano dall'albergo?

Sig. Zhou: No, in macchina circa 15 minuti!

Sig. Verdi: Se non vi dispiace, vorrei tornare prima in albergo a fare check-in e anche cambiarmi e mettermi qualcosa di più leggero.

Sig. Zhou: Va bene. Come ci ha scritto la Sua segretaria, Le abbiamo prenotato una camera

singola presso un hotel da quattro stelle.

Sig. Verdi: Grazie mille!

Sig. Zhou: A proposito, a pranzo verrà anche il nostro presidente per accoglierLa. Preferisce la cucina occidentale od orientale?

Sig. Verdi: Per me, vanno bene tutte e due! Decidete voi!

Sig. Zhou: Se è così, assaggiamo questa volta la cucina giapponese. In quel centro commerciale c'è un ristorante giapponese molto buono.

Sig. Verdi: Benissimo. Grazie!

Dialogo-3 Visita alla fabbrica

Sig. Qian: Innanzitutto benvenuto nella nostra azienda. Mi permetta di presentarLe in breve la nostra storia. Il nostro gruppo è stato fondato nel 1981. Per il momento, abbiamo 120 mila dipendenti e possediamo più di 10 marchi importanti e 16 stabilimenti di produzioni nazionali e 4 internazionali.

Sig. Ricci: Incredibile! Ma in quali paesi si collocano questi stabilimenti?

Sig. Qian: Sono tutti nel Sud-est Asiatico e Sudamerica, cioè in Vietnam, India, Indonesia, Argentina e Brasile. Ci specializziamo soprattutto in 7 linee importanti di prodotti: frigoriferi, condizionatori, televisori, lavatrici, ventilatori, illuminazione e altri piccoli elettrodomestici. Il nostro volume di affari dell'anno scorso è circa 100 miliardi di dollari americani, tra cui quello dei mercati esteri occupava solo 7 miliardi. Volevo solo indicarLe che siamo una delle prime imprese private che hanno avuto il diritto del commercio estero[4]. In breve, queste sono le informazioni principali della nostra società. Non so se Lei abbia qualche domanda?

Sig. Ricci: Scusi la mia ignoranza. Cosa vuol dire che siete stati tra i primi ad avere il diritto del commercio estero?

Sig. Qian: Ah! Prima degli anni '90, il governo cinese controllava il commercio estero. Allora solo le compagnie statali d'importazione ed esportazione e alcune aziende private tra le migliori potevano negoziare liberamente con l'estero. Successivamente il governo ha decentrato piano piano il controllo e ora sia le società statali che quelle private possono organizzare indipendentemente l'importazione e l'esportazione.

Sig. Ricci: Ah, ho capito! Si tratta di un'autorizzazione ad operare all'estero data dal governo ad aziende private. Quindi siete proprio potenti eh!

Sig. Qian: A dirLe verità, dal 2000 siamo al primo posto nella provincia per la produzione di

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

elettrodomestici e al terzo in tutta la Cina sia per il volume totale che per quello della vendita verso l'estero.

Sig. Ricci: Complimenti!

Sig. Qian: Grazie! Potrebbe anche Lei farci conoscere un po' la Sua ditta?

Sig. Ricci: Certo! Anche noi siamo esperti nel settore e dal 1963 ci siamo specializzati principalmente nella distribuzione e nella produzione di elettrodomestici. La nostra clientela si estende in tutta l'Italia e nei principali paesi europei, e abbiamo 10 centri all'ingrosso in Italia e 15 negli altri paesi comunitari[5]. L'anno scorso, abbiamo conquistato circa l'8% del mercato spagnolo del frigorifero, il 5% del mercato francese della lavatrice, ecc. Per momento vorremmo sviluppare il mercato dei condizionatori. Siccome la vostra società è proprio forte in questo settore, vorremmo stabilire con voi un rapporto collaborativo per il mercato europeo.

Sig. Qian: Ci interessa molto il mercato europeo. Invece di scambiarci solo i dati numerici, La accompagno a girare un po' nei nostri reparti dove si producono i condizionatori, così Lei potrà conoscerci meglio. Dopo, potremo discutere con calma i dettagli.

Sig. Ricci: Benissimo!

Frasi utili

1. Abbiamo visitato il vostro stand presso il padiglione B della Fiera di Canton.
2. La vostra inserzione pubblicitaria sul giornale Vista ha attirato la nostra attenzione.
3. Il vostro nominativo ci è stato comunicato dalla Camera di Commercio di Shanghai.
4. Il sig. Rossi ci ha gentilmente segnalato la vostra società come produttore di motociclette.
5. Abbiamo visto la vostra pagina pubblicitaria sulla rivista Tecnica dell'Imballaggio.
6. Siamo interessati all'acquisto dell'abbigliamento di vostra produzione.
7. La nostra ditta produce principalmente calzature.
8. Specializzati dal 1985 nella distribuzione, vendita di apparecchiature agricole presso piccole e medie industrie meccaniche, saremmo interessati a collaborare con la Vostra società e a occuparci della vendita delle Vostre macchine in Cina.
9. Da 30 anni lavoriamo nel settore di macchinari agricoli.
10. Operiamo sul mercato internazionale dei vini da 60 anni.
11. Lavoriamo come dettaglianti nel settore dei mobili e delle attrezzature per bambini.
12. La nostra ditta produce materie chimiche organiche destinate all'industria dei coloranti.

13. Stiamo cercando di promuovere rapporti di stretta collaborazione con i nostri fornitori.
14. Vi confermiamo il nostro interesse per i vostri prodotti.
15. La notevole esperienza maturata in questo settore ci consente di essere ben introdotti presso le principali aziende in Italia e di annoverare tra i nostri clienti numerose aziende che potrebbero utilizzare Vostri prodotti.
16. Abbiamo il piacere di presentarvi il dottor Rossi, direttore delle vendite della Lala S.r.L, nostra consociata.
17. Sono lieto di presentarLe il signor Verdi, direttore commerciale della Eldom, nostro partner in Italia.
18. Conoscendo i Suoi progetti di espansione, mi sono permesso di dare il Suo nominativo all'Ing. Bianchi responsabile per l'Italia, che si metterà in contatto con Lei nei prossimi giorni.
19. Siamo lieti di informarvi che la nostra consociata Felti ha deciso di estendere la sua attività anche in Europa e che aprirà nel prossimo mese di ottobre una nuova sede a Roma.
20. La presente per comunicare che il dr. Fabrizio Vetrone è stato nominato Ispettore Generale per la Cina.
21. Anche quest'anno saremo presenti alla Fiera di Canton, dal 20 al 25 aprile prossimi, e saremo lieti di ricevervi sul nostro stand A105 per illustrarvi le novità del nostro programma di produzione.
22. Saremmo lieti di accogliervi in occasione di questo importante avvenimento nel settore dell'arredamento e dei componenti abitativi e di presentarvi le nostre ultime realizzazioni in materia di tende da sole.
23. Siamo lieti di informarvi che, in occasione della Fiera del macchinario per l'abbigliamento che quest'anno si terrà a Suzhou nel mese di settembre, saremo presenti con il nostro personale tecnico-commerciale negli stand delle nostre rappresentate per esaminare insieme le più recenti proposte.
24. Vi informiamo con la presente che parteciperemo come espositori al Padiglione Internazionale della Fiera di Canton che avrà luogo al 5 novembre prossimo.
25. Saremo presenti allo stand n. 31G con il nostro ultimo campionario per la stagione primavera-estate, che il nostro personale sarà lieto di presentarvi.

Note

1. **commercio internazionale** 国际贸易
   是指不同国家或地区之间的商品、服务和生产要素交换的活动。国际贸易由进口贸易（Importzione）和出口贸易（Esportazione）两部分组成，所以国际贸易也称为进出口贸易。从一个国家的角度看一国的国际贸易就是一国的对外贸易（commercio estero）。
2. **prodotti finiti** 成品
   是指完成全部生产过程，可供销售的制品。但是成品是相对一个公司主要销售产品来定义的，电视机厂的成品就是一台零部件安装齐全，具备给消费者使用功能的电视机产品，而如电视机厂的零部件供应厂家的成品就是电视机所需的零部件。
   prodotti semilavorati 半成品
   是指经过一定生产过程并已检验合格交付半成品仓库保管，但尚未制造完工成为产成品，仍需进一步加工的中间产品。不包括从一个生产车间转给另一个生产车间继续加工的自制成品，这类自制半成品属于在产品。
   materie prime 原材料
   是指企业在生产过程中经加工改变其形态或性质并构成产品主要实体的各种原料及主要材料、辅助材料、燃料、修理备用件、包装材料、外购半成品等。半成品以及不能单独计算成本的自制半成品，这类自制半成品属于在产品。
3. **commercializzare** 使商品化
   指将原本不属于买卖流通和通过货币实行交换的事物，在市场经济条件下转化为可以进行买卖和货币等价交换。
4. **diritto del commercio estero** 外贸权
   是指进出口经营权，以自身的名义经营进出口业务的权利。我国对进出口经营权的管理经历了从行政审批制到目前的登记备案制的转变。
5. **paesi comunitari** 欧盟成员国
   欧洲联盟（Unione Europea），简称欧盟，总部设在比利时首都布鲁塞尔，是由欧洲共同体 （Comunità Europea，又称欧洲共同市场，简称欧共体）发展而来的，初始成员国有 6 个，分别为法国、联邦德国、意大利、比利时、荷兰以及卢森堡。欧盟主要经历了三个发展阶段：荷卢比三国经济联盟、欧洲共同体、欧盟。欧盟是一个集政治实体和经济实体于一身、在世界上具有重要影响的区域一体化组织。

Esercizi

1. Tradurre i seguenti termini dall'italiano in cinese.

1) oggetto sociale
2) lettere di credito
3) capacità di gestione
4) prodotti agricoli
5) stile di gestione
6) importo di vendita
7) garanzia bancaria
8) posta elettronica
9) inserzioni pubblicitarie
10) contatto telefonico
11) chimica organica
12) affidabilità finanziaria

2. Tradurre i seguenti termini dal cinese in italiano.

1) 传统渠道
2) 商会
3) 供求关系
4) 偿付能力
5) 成品
6) 年销售额
7) 家居用品
8) 名片
9) 批发中心
10) 出口总额
11) 外贸权
12) 进出口公司

3. Leggere le sigle

1) S.r.L
2) S.p.A.
3) S.n.c.
4) ns.

4. Mettere in ordine le seguenti frasi del dialogo.

[ ] Certamente, farò immediatamente organizzare la visita da Lei richiesta.

[ ] Come prima cosa, vorrei visitare le fabbriche locali che hanno mostrato dell'interesse per i nostri impianti, naturalmente se questo potrà esser organizzato.

[ ] È esattamente quanto io avevo in mente per Lei. Ora sig. Lalli, questa è la nostra proposta per Lei per la giornata di oggi. Per oggi avremmo fissato degli incontri di lavoro nel mio ufficio sia di mattina che di pomeriggio. Nel mezzo della giornata di lavoro, c'è un pranzo a base di diansum cantonesi.

[ ] In serata dopo il banchetto di benvenuto offerto dal nostro presidente, Le faremo fare un giro della città con una nostra macchina, e ci fermeremo in una sala da tè tradizionale per una sosta che crediamo Le possa dare un ricordo indimenticabile della nostra prima serata a Canton.

[ ] Lei ha ragione e le visite potrebbero svolgersi anche durante gli incontri d'affari programmati.

[ ] Ma è splendido!

[ ] Non so proprio cosa dire, sig. Li. La ringrazio per l'accoglienza.

[ ] Oh! Buongiorno sig. Li, ho dormito veramente bene e ho trovato il servizio in camera ottimo e del tutto soddisfacente.

[ ] Per i prossimi quattro giorni del Suo soggiorno da noi lei ha qualche desiderio speciale? Qualcosa che desidera fare o vedere?

[ ] Sarà possibile organizzare queste visite al più presto possibile? Sa, credo che queste visite siano utili per i nostri colloqui d'affari.

[ ] Sì, certamente. Prima ci dobbiamo assicurare di avere sufficiente tempo per le nostre discussioni di lavoro. E per il resto vorrei vedere il più possibile della città di Canton, dato che questo è il mio primo viaggio in questa bellissima città.

[ ] Sig. Lalli, buongiorno, spero che abbia potuto riposare bene la scorsa notte.

[ ] Sono felice per Lei. Ora sig. Lalli, potremmo stabilire un programma per i Suoi cinque giorni di visita qui da noi?

[ ] Vedo che ci capiamo al volo e a meraviglia, io e Lei! Grazie Sig. Li.

5. Tradurre oralmente le seguenti frasi dall'italiano in cinese.

1) - Potremmo stabilire un programma per i vostri 6 giorni di visita qui a Wuhan?
   - Certo. Prima vorremmo farLe visitare le fabbriche che vi abbiamo indicato nell'ultima mail; dopo vorremmo riservare un tempo sufficiente per le nostre discussioni di lavoro.
2) - Vorremmo trovare un agente per promuovere le nostre biciclette sul territorio italiano. Vi interessa la nostro proposta?
   - Certo. Abbiamo maturato una notevole esperienza in questo settore e siamo in grado di introdurre i vostri prodotti presso le principali aziende d'Italia e di farli conoscere alle numerose aziende con le quali lavoriamo.
3) - In che settore vi specializzate?
   - Siamo specializzati dal 1985 nella distribuzione di apparecchiature pneumatiche presso piccole e medie industrie meccaniche. Saremmo interessati a collaborare con la Vs. società e a occuparci della vendita dei Vostri comandi pneumatici in Cina.
4) - Ci interessa molto il mercato europeo e vorremmo vendere i nostri ventilatori in questo mercato.
   - La vostra società è proprio forte in questo settore e vorremmo introdurre i prodotti cinesi nel mercato europeo. Se vi interessa, potremmo stabilire tra di noi un rapporto collaborativo.

5) - Mi dispiace tanto per averti fatto aspettare per così tanto tempo.
- Non fa niente. Prima della partenza ci siamo informati all'aeroporto e siamo arrivati qui solo mezz'ora fa.

6. Tradurre oralmente le seguenti frasi dal cinese in italiano.

1) – 您二位是第一次来中国吗？
– 不是的，这是我们第二次来中国了，但是到上海是第一次。
2) – 请问您对我们公司哪个系列的产品感兴趣？
– 我想买一些钟表产品，但是我想先看看你们的展品。
3) – 我们现在是先去餐厅吃午饭还是直接回酒店办入住？
– 如果可以的话，我想先回酒店洗个澡和换身衣服。
4) – 请问贵公司主要销售的是哪些机械设备？
– 我们公司专门从事小型农业机械设备的销售，在这行拥有丰富的销售经验。
5) – 能否为我们简短介绍一下你们公司？
– 当然可以。我们公司成立于 1970 年，多年以来主要从事葡萄酒的生产与销售。目前我们的产品已经远销到世界四十多个国家，年销售额达到 2 000 万欧元。

7. Inventare un dialogo seguendo la traccia.

1) **Studente A (parte cinese)**: fa una visita alla Fiera di Francoforte per trovare un fornitore possibile per macchinari agricoli.
Studente B (parte italiana): dagli anni '70 è specializzato nella produzione e commercializzazione dei macchinari. Sta partecipando alla Fiera di Francoforte ed esponendo i prodotti per attrarre visitatori e trovare possibili clienti.
2) **Studente A (parte italiana)**: incontra il partner commerciale cinese per discutere le strategie per promuovere il nuovo prodotto italiano (a scelta) sul mercato cinese.
Studente B (parte cinese): fa alcune proposte per promuovere il prodotto in Cina relativamente alla pubblicità, offerte promozionali, distribuzione, etc.

Parole nuove

1.	acrilico	(pl.m. -ci, f. -che) [化]丙烯酸的
	agg.	[chim.] Di acido organico non saturo, liquido, ottenuto per ossidazione dell'acroleina

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com