

# 新视野 商务英语 综合教程

New Horizon Business English:  
A Comprehensive Course

1

马龙海 主编  
李毅

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



# 新视野商务英语综合教程

1

New Horizon Business English: A Comprehensive Course

## 商务英语专业的核心能力是国际商务环境下的英语应用能力

《新视野商务英语综合教程》秉承这一原则和编写理念,采用“主题情节贯通,任务活动驱动”的新思路,通过构建真实的职场商务语境,以任务和活动的完成过程激发学习动力,实现教与学的互动。

### ● 能力本位, 贴近职场岗位需求

在主题设置上体现高职学生对商务职场环境的体验及其融于职业岗位的成长过程;在选材上体现“全球化”与“本土化”相结合的编写思想,既包含跨国公司的日常商务活动,又涵盖本土化现代商务案例。

### ● 设计新颖, 突出商务情节与任务融合

根据主题设置一个或一系列特定任务或活动作为主线,以任务和活动来推动情节发展。各单元主要板块(如阅读、听力、写作等)之间通过情节发展和技能训练相关性等原则连接在一起,使单元形成一个有机整体。

### ● 易教易学, 强化商务素材的真实生动

精选各类商务职场真实语料,内容精彩,真实生动;练习设计注重课堂参与性和互动性,题型丰富多样,针对性强。

本教材分为四册,每册九个单元。各册教材采用“三三制”的组织结构,即每册分三个主题板块,每个主题板块由三个单元板块构成,每个单元板块含有交际技巧、语言知识和商务实践三大功能模块。

高等英语教育出版分社宗旨:  
推动科研·服务教学·坚持创新  
外研社·高等英语教育出版分社  
FLTRP Higher English Education Publishing  
电话: 010-88819595  
传真: 010-88819400  
E-mail: ced@fltrp.com  
网址: <http://www.heep.cn>  
(教育网 <http://edu.heep.cn>)



记载人类文明  
沟通世界文化  
[www.fltrp.com](http://www.fltrp.com)

ISBN 978-7-5135-2747-7



9 787513 527477

定价: 35.90元  
(含MP3光盘一张)

责任编辑

谭胜方

史丽娜

封面设计

覃彪彪

版式设计

涂俐

# 新视野 商务英语 综合教程

## New Horizon Business English: A Comprehensive Course

1

主 编

马龙海 李 毅

---

编 者

张欣韵 庄宇梅 甘荣辉

洪 斌 于 佳 于雪莹

---

主 审

关兴华 刘沛富

---

审 校

Sue Kay (英)

---

## 图书在版编目(CIP)数据

新视野商务英语综合教程. 1/ 马龙海, 李毅主编; 张欣韵等编. — 北京: 外语教学与研究出版社, 2013. 1

ISBN 978-7-5135-2747-7

I. ①新… II. ①马… ②李… ③张… III. ①商务—英语—高等职业教育—教材 IV. ①H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013) 第 013319 号

出版人: 蔡剑峰

项目策划: 谭胜方

责任编辑: 谭胜方 史丽娜

封面设计: 覃一彪

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: 北京盛通印刷股份有限公司

开 本: 850×1168 1/16

印 张: 11.5

版 次: 2013 年 3 月第 1 版 2013 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5135-2747-7

定 价: 35.90 元 (含 MP3 光盘一张)

\* \* \*

购书咨询: (010)88819929 电子邮箱: [club@fltrp.com](mailto:club@fltrp.com)

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](mailto: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: 227470001

# 前言

质量是高等教育的生命线。高职高专人才培养模式改革的关键在于着力提升学生的逻辑、思维、意志、判断、合作、表达等核心能力，并在此基础上构建高校与职业相衔接的教育教学体系，整合学术与职业，重构教育和工作之间的关系，重构学科科目与工作世界之间的关系，使课程体系与工作经验相结合、教学内容与工作技能训练相结合，通过学科知识向职业知识、实践知识的过渡，实现知识与能力、理论与实践的结合。

语言教学，由于它的应用性特征，其目标是通过富有生命力的教和学的互动达到沟通、表达思想的目的。作为专门用途英语（ESP）的一个重要分支，商务英语从诞生之日就以其鲜明的职业取向凸显了职业教育的应用特征。需求分析、语言描述和学习策略构成了支撑商务英语教学理论的三大支柱，也回答了如何实践以学习者需求为导向的教学方法的基本问题。但是，怎样才能使“语言学习和语言类课程设置以‘有用性’为第一要务”（Nunan, 1988; Dubin & Olshtain, 1990）？怎样才能特定的商务情境和活动中通过使用英语达到商务活动的目的？人们从文体学、话语语言学等理论中找到了解决这一核心问题的答案。基于商务话语的视角，商务英语是英语的一种社会功能变体。所以，教与学的过程就必须重视文本本身所体现的语言表层特征，就必须关注话语产生的过程，就必须顾及社会、心理和文化因素对英语在商务交际应用中的影响。商务英语不仅具有一系列词汇、语法和语篇的特征，还隐含着深层商务交际中的社会文化价值。因此，商务英语教学应该以语言运用能力的培养为依托，以商务知识和技能学习为主线，以商务实践能力为落脚点，真正实现培养学生从事国际商务交际活动的能力和提高其国际商务职业素养的目标。

教材是反映一定教育教学理念和课程内容的重要载体。为了贯彻“实用为主、够用为度”的教学理念,适应商务英语专业课程改革的需要,满足高职高专院校教师和学习者的需求,广东金融学院、外语教学与研究出版社以及相关院校专家共同研讨,对大量国内外教材进行比较,精心收集、梳理相关资料,认真设计、编撰教材内容,编写这套《新视野商务英语综合教程》。本教程打破传统的以零散“话题(Topic)”为主线却忽视整体商务环境的编写方式,积极采用“主题情节贯通,任务活动驱动”的新思路,使商务主题情节贯通于各单元内部,通过构建真实的职场商务语境,以任务和活动的完成过程激发学习动力,实现教与学的互动。本教程进一步确立“商务英语是国际商务环境中应用的英语”这一理念,遵循“让学生在商务环境中学习语言,通过语言提高商务知识与技能”的原则,对教学目的、内容、模式、手段、方法、技术、效果等方面进行全面考虑,特别对思路创新、语言规范、内容整合、练习和任务设计等方面着力予以优化,以期在我国商务英语综合类教材建设领域有所突破。

### 《新视野商务英语综合教程》主要体现如下三大特色:

#### 1、能力本位,贴近职场岗位需求

《新视野商务英语综合教程》的设计,从教材体系、结构设置到内容难易程度都充分考虑了学习者的认知规律和学习逻辑,以及中国商务文化环境和商务活动的特点,突出复合与应用,在语言技能、商务实务技能和跨文化交际技能三个方面形成了立体交叉的三维能力培养模式。全书的主题选择体现出高职学生对商务职场环境的体验及其融于职业岗位的成长过程。比如,学生在第一册中扮演了精通基础业务的商务助理;在第二册中充当了业务娴熟的商务专业人士;在第三册中体验了商务中层主管的日常工作;在第四册中则跻身于具有全局观及国际视野的跨国商务管理者队伍。教材在选材上体现了“全球化”与“本土化”相结合的编写思想,既有跨国公司企业的日常商务活动,又有现代商务实务案例。在商务情景的设计上注重本土化,即交际任务中的一方设定为国内商人或企业,充分体现了商务英语“跨文化交际”的特点。

#### 2、设计新颖,突出商务情节与任务融合

如上所述,“主题情节贯通,任务活动驱动”是本套教材的明显特色。作为商务英语核心课程教材,编者以“任务教学理论”和“话语语言学理论”为指导,根据主

题设置一个或一系列特定任务或活动作为主线，以任务和活动来推动情节发展。各单元主要板块（如阅读、听力、写作等）之间通过情节发展和技能训练相关性等原则连接在一起，使单元形成一个有机整体。每个单元的学习就是学生在老师的指导下完成一项具体商务任务的过程。各册教材采用了“三三制”的组织结构，即每册分三个主题板块，每个主题板块由三个单元板块构成，每个单元板块含有交际技巧、语言知识、和商务实践三大功能模块。

### 3、易教易学，强化商务素材的真实生动

建立真实的商务情景，应用真实的商务语料，是确保任务教学真实性的关键。本教程的选材注重对财经报道、广告、市场报告、经济人物访谈、商务演讲、对话等真实语料进行甄选、编辑，内容精彩多样，真实生动，从而引起学生兴趣，激发互动，实现有效输出。课堂活动和口语练习灵活穿插设置在阅读、听力、写作等板块之间，并结合这些板块的内容，在学习输入后以活泼的形式让学生继而开展讨论、调研、对话模拟等，任课教师可根据课堂实际情况灵活选择使用。练习设计注重课堂参与性和互动性，题型丰富多样，针对性强。如写作板块，由语言和知识的输入性设计逐渐过渡到输出性的写作练习，步骤清晰流畅，层层递进。另外，教师用书提供了与单元主题相关的背景知识、教学建议、扩充材料等，便于教师授课和学生自学。

《新视野商务英语综合教程》在编写和出版过程中得到了广东金融学院、广东外语外贸大学和广东外语艺术职业学院等高校领导和专家以及外语教学与研究出版社领导的支持和鞭策；外研社的编辑团队，特别是谭胜方编辑多次给予指导，倾心研讨版式、编辑稿件；广东金融学院外语系为教材编写提供了大量的人力物力支持。全体编写人员在此一并表示衷心感谢！

英语语言学家 David Graddol 在《英语走向何方》中预言：“全球化导致英语强势地位下降，英语由外语变为中介语，教学模式须随之变化。英语已不再是一门学科，而转变为一种必备的语言技能。” Graddol 先生一语道破了商务英语的外来取向：要成为商务交往的“中介语”，要获得商务活动必备的“语言技能”，商务英语就一定是为国际商务活动这一特定环境服务的复合交叉的应用性专门用途英语。据粗略统计，在全世界约17亿以英语为第一语言、第二语言或外语的人群中几乎有90%的人每天与商务英语打交道。截至2011年，我国1,200多所普通高职院校中已有700余所开设了商务英语专业。随着全球化步伐的加快，国际贸易和商务往来日益增多，商务英语

的地位和作用愈加突出，商务英语的学科专业地位在学界和教育行政管理层面进一步获得认可。这一切都对商务英语课程体系、教学内容、教材质量的改革提出了严峻的挑战。我们相信《新视野商务英语综合教程》的编写出版，将对我国高校，特别是高职高专商务英语课程的教学改革和教材建设发挥积极的作用。

马龙海

2012年盛夏于羊城龙眼洞



# 编写说明

《新视野商务英语综合教程》的编写始终坚持“实用为主、能力为本、够用为度”的高等职业教育理念，贯彻教育部高职高专教育英语类教学指导委员会制定的《高职高专教育英语课程教学基本要求》，参照并体现《高等职业学校商务英语专业教学标准》的精神，明确商务英语专业的核心能力是“国际商务环境下的英语应用能力”这一定位，树立“让学生在商务环境中学习语言，通过语言提高商务知识与技能”的教材编写观念，遵循商务英语学习者的认知规律和人才培养逻辑，重视高职学生对商务职业环境的体验和融于职业岗位的成长过程，充分顾及当前高职高专商务英语教学的实际情况，以及中国商务文化环境和商务活动的特点，正确把握商务英语教学改革的发展趋势以及商务职场对商务英语人才的需求态势，以培养复合型商务技能人才为出发点，力争实现在语言技能、商务实务技能和跨文化交际技能三个方面形成立体交叉的三维能力培养体系。

《新视野商务英语综合教程》（全四册）由《学生用书》、《教师用书》及配套的音频光盘和同步训练册组成。编者在国际商务领域精心挑选了十二个比较实用的主题，包括公司基本认知、商务沟通、商务旅行与接待、产品生产与销售、企业人才招聘与管理等。从初入商务职场，到职场中的社交、沟通，再到具体工作（如市场营销）中的问题应对，最后到当代商务议题（如企业道德）的深层思考，循序渐进，逐步提高学生的语言技能、商务知识水平及交际能力。全套教材采用“三三制”的板块组织结构框架，即每册分三个主题板块，每个主题板块细分为三个既独立又相关的单元小主题，每个单元板块围绕小主题涵盖交际技巧、语言知识和商务实践三大功能模块。

《新视野商务英语综合教程》在编写设计上以情节牵引、任务驱动为主线，单元内部各板块采用真实的商务活动情节线索连接贯通，单元学习过程更加具有情节性和情境感，将语言学习和商务职业实践通过任务的完成过程达到从显性知识向隐性、经验性知识和技能的迁移。每个单元的导入设计了学生比较熟悉的情景话题，容易引发学生的共鸣和参与热情，充分的教学导入为组织读、听、说、译等各项训练和任务活动中的商务技能的学习做好铺垫。最后，在充分学习、掌握相关内容和技能的基础上，进行交际演练和商务写作练习，为学生提供了把交际技巧和语言知识进行综合运用环境。

### 学生用书单元栏目：

- Unit Overview 单元概览

简述单元学习目标。

- Lead-in 主题导入

通过灵活多样的练习形式导入单元主题。

- Reading A 精读课文

介绍性文章，讲解与主题相关的商务知识，后附三个子板块：

- ☆ Understanding the Text 阅读理解：Reading A课文内容的理解练习；

- ☆ Dealing with Language 语言练习：Reading A课文语言知识点练习，主要针对课文中涉及到的商务类词汇和短语；

- ☆ Focusing on Grammar 语法要点：对Reading A课文中的重要语法点作简要说明和扩展示例，后附巩固性练习。

- Reading B 泛读课文

实用性文章，后附综合练习，侧重训练学生的理解及应用能力。

- Listening 听力练习

与单元主题相关的三段听力练习，侧重听力技能培养，后附拓展性口语练习，实现即时的输入输出。

- Communication Project 商务沟通

基于单元主题的交际项目，通过课堂活动实现商务沟通，着力培养学生的综合应用能力，实现互动和团队合作。

- Writing 商务写作

与主题相关的写作练习，体裁多样，从简到难。

- Business Know-how 商务须知

与单元主题相关的商务交际建议。

- Activity 扩展活动

形式多样的小组讨论、对话等活动，根据教学需要在单元中编排。

此外，书后附有Glossary（词汇总表），汇总每单元两篇课文中的词汇（包括Words, Phrases and Expressions和Proper Names）。

在制定教学计划时，对于商务英语专业的学生，可在第一、第二学年分四个学期开设商务英语综合课程，周学时以6学时（或4学时）为宜；对于非商务英语专业的学生，该课程可安排在第二学年开设，周学时以4学时为宜。教师也可根据学生所学专业特点和实际需要选择部分主题单元或每个单元中的部分内容实施教学。本教材主要面向高职高专商务英语或英语专业学生，同时还照顾了英语语言专业基础课程的普遍性，兼顾了其他经贸管理类专业学生的专业知识结构，也顾及了与BEC剑桥商务英语考试层级的对接。因此，本教程除可供英语专业一二年级学生使用外，还可以作为其他专业的选修课教材和贸易、金融、管理等在职人员业务培训教材使用。

《新视野商务英语综合教程》由马龙海、李毅主编，关兴华、刘沛富两位教授担任主审，英籍专家Sue Kay担任审校，主要编写人员为李毅、甘荣辉、张欣韵、庄宇梅、洪斌、于雪莹、于佳等。由于编者水平有限，经验不足，教材中难免存在欠缺之处，敬请专家学者不吝指正。

《新视野商务英语综合教程》编写组

2012年8月于广州

# Contents

## Module 1 Company



Unit 1	Company Profile	P1
Unit 2	Company Structure	P19
Unit 3	Corporate Culture	P37

## Module 2 Communication



Unit 4	Telephoning	P55
Unit 5	Business Meeting	P71
Unit 6	E-communication	P87

## Module 3 Travel and Visit



Unit 7	Travel for Business	P103
Unit 8	Corporate Hospitality	P121
Unit 9	Establishing Business Relationships	P139

Module

**I**

# Company

## Unit 1

# Company Profile

### Unit Overview

By studying this unit, you are expected to:

- understand the description of a company's profile;
- know how to talk about a company's current situation and future development;
- know how to introduce a company;
- know how to write a memo.

## Lead-in

**Task 1** Work in groups. Here are five companies' logos in the first column of Task 2. Choose one of them and tell what you know about it.

You may talk about:

- What does the company produce or provide?
- Where is the company headquartered?
- Who are its main competitors?

**Task 2** Match the information with the five companies.

Companies	Products and Services	Headquartered in	Main Competitors
 Nestlé Good Food, Good Life	banking and financial services	Germany	GE, Philips Electronics
 FedEx Express	energy technology, health care	Britain	DHL, UPS
 AIRBUS	food and beverage	France	Barclays, Standard Chartered
 HSBC The world's local bank	delivery services	Switzerland	Maxwell House, Kraft Foods
 SIEMENS	aircraft	US	Boeing

## Reading A

**Setting:** Through years of development, Walmart has become one of the most well-known brands around the world. Anyone who has or hopes to establish a business relationship with it should learn some basic knowledge of Walmart.

### Starting Point

**Task 1** Work in pairs. Have you ever shopped in Walmart? If yes, tell your partner how you feel about it, like the goods' prices, the service and the environment. If not, talk about the supermarket where you often go shopping.



## Walmart and China

When Sam Walton, the founder of Walmart opened his first store in 1962, he promised to provide customers with the lowest prices. In 1988, the company built its first Supercenter for one-stop shopping, and by the end of the decade, Walmart was operating in 29 states. Then, in 1991, the company opened its first international store in Mexico. Since then, Walmart has continued to expand abroad. Forty years after its foundation, Walmart has become one of the most recognized global brands.

In 2010 and 2011, Walmart was placed on the top of the Fortune 500 list. Now, its 10,130 stores in 27 countries, supplied by a network of more than 100,000 sources in 60 countries, are staffed by some 2.2 million employees serving 200 million customers a week.

Walmart entered the China market and opened its first Supercenter and Sam's Club in Shenzhen in 1996. Currently, Walmart operates a number of store formats in China including Supercenters, Sam's Clubs, and Neighborhood Markets. By March 1, 2012, Walmart had 370 units in 140 cities, and had created over 106,500 job opportunities across China.

Walmart's sales in China have risen substantially over the past decade. As China's retail market—the world's fastest-growing market—expands, Walmart's executives are looking forward to more growth to come. Sticking to local sourcing, Walmart has established partnerships with nearly 20,000 suppliers in China. Over 95% of the merchandise in its stores in China is sourced locally. China has become so crucial to Walmart's supply chain that in 2002, the retail giant moved its global sourcing headquarters, from Hong Kong to Shenzhen. Over 20,000 Chinese suppliers reportedly provide Walmart with about 70% of the goods that it sells globally each year.

Upholding a win-win philosophy, Walmart China is committed to providing assistance to local communities for sustainable development. Growing together with the burgeoning Chinese economy, Walmart is on course to achieve even greater success in China.

New Words

one-stop /'wʌnstɒp/ <i>adj.</i>	一站式的; 综合的 providing a range of products or services in one place
decade /'dekeɪd/ <i>n.</i>	十年; 十年时间 a period of ten years
recognized /'rekəɡnaɪzd/ <i>adj.</i>	公认的; 受到认可的 generally approved
brand /brænd/ <i>n.</i>	品牌 a product or group of products that has its own name
supply /sə'plai/ <i>v.</i>	提供; 供给 to provide someone or something with something
network /'netwɜ:k/ <i>n.</i>	关系网, 联络网 a group of people or organizations that are connected
staff /stɑ:f/ <i>v.</i>	为……配备人员 to provide an organization with the workers it needs
operate /'ɒpəreɪt/ <i>v.</i>	运营; 经营; 管理 to run a company or organization
format /'fɔ:mæt/ <i>n.</i>	安排; 设计; 组织方式 the arrangement, design or organization of something
opportunity /,ɒpə'tju:nɪti/ <i>n.</i>	机会 chance
substantially /səb'stænjəli/ <i>adv.</i>	可观地; 很大程度地; 大量地 by a large amount or degree
retail /'ri:teɪl/ <i>n.</i>	零售 the sale of goods directly to the public for their own use
expand /ɪk'spænd/ <i>v.</i>	(企业、组织) 扩展; 发展; 拓展 if a company, business, etc. expands, they open new shops, factories, etc.
executive /ɪg'zekjʊtɪv/ <i>n.</i>	行政主管; 经理 a senior manager in a business or other organization
local /'ləʊkəl/ <i>adj.</i>	当地的; 本地的 in or related to the area you live in
sourcing /'sɔ:sɪŋ/ <i>n.</i>	采购 buying a product or basic material from somewhere
partnership /'pɑ:tnəʃɪp/ <i>n.</i>	合作关系 the relationship between two or more people, groups, or countries, involved in an activity together
supplier /sə'plaiə/ <i>n.</i>	供应商 a company, organization or country that provides a product or service
merchandise /'mɜ:tʃəndaɪz/ <i>n.</i>	商品; 货物 goods that people buy and sell
source /sɔ:s/ <i>v.</i>	采购; (从某地) 获得 to get a product or basic material from somewhere
locally /'ləʊkəli/ <i>adv.</i>	在当地; 在本地 in the area where you live or that you are talking about
crucial /'kru:ʃəl/ <i>adj.</i>	关键的; 至关重要的 very important
giant /'dʒaɪənt/ <i>n.</i>	大型的公司 a very large and successful company
headquarters /'hed,kwɔ:təz/ <i>n.</i>	总部所在地 the place where a company or organization has its main offices
reportedly /rɪ'pɔ:tɪdli/ <i>adv.</i>	据说; 据传闻 used for showing that you are not certain something you are reporting is true
uphold /ʌp'həʊld/ <i>v.</i>	支持; 拥护; 维护 to show that you support something
win-win /,wɪn'wɪn/ <i>adj.</i>	双赢的 a win-win situation is one in which everyone benefits



philosophy /fɪ'lɒsəfi/ <i>n.</i>	理念; 宗旨, 思想体系 a system of beliefs that influence someone's decisions and behavior
community /kə'mju:nɪti/ <i>n.</i>	社区 the people who live in an area
sustainable /sə'steɪnəbəl/ <i>adj.</i>	可持续的 capable of continuing for a long time
burgeoning /'bɜ:dʒənɪŋ/ <i>adj.</i>	迅速成长的; 快速发展的 growing or developing quickly

### Phrases and Expressions

a number of	若干; 一些 used for giving a general idea of how many people or things you are referring to
look forward to	期待; 盼望 to feel happy or excited about something that is going to happen
stick to	坚持; 不改变 to continue to do or use one particular thing
supply chain	供应链 a series of processes involved in providing a product to someone
be committed to	致力于; 投入 to make someone agree or promise to do something

### Proper Names

Walmart	沃尔玛, 美国一家大型连锁超市
Sam Walton	山姆·沃尔顿, 沃尔玛的创始人
Supercenter	超级购物中心
Mexico	墨西哥
Fortune 500	(美国公司的) 财富500强, 由美国《财富》杂志每年评选而出
Sam's Club	山姆会员商店
Neighborhood Market	沃尔玛社区店

## Understanding the Text

### Task 2 Answer the questions with the information you find in the text.

1. What was Sam Walton's pricing strategy when he opened his first store?
2. How many job opportunities had been created by Walmart in China by March 1, 2012?
3. What is Walmart's policy while establishing partnerships with suppliers in China?
4. To what percentage is the merchandise in Walmart China sourced locally?
5. What are Walmart's store formats in China?

