



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

商务英语立体化系列教材  
**Business English Series**

总主编 陈准民 陈建平

# Fundamentals of Business

(Second Edition)

## 工商导论

第二版

陈准民 编著



高等教育出版社



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

商务英语立体化系列教材  
*Business English Series*

总主编 陈准民 陈建平

# Fundamentals of Business

(Second Edition)

## 工商导论

第二版

陈准民 编著

 高等教育出版社

## 内容提要

《工商导论》(第二版)是普通高等教育“十一五”国家级规划教材——商务英语立体化系列教材之一。该系列教材为商务英语专业、英语专业商务方向以及商科相关专业英语课程提供了比较完整的、成体系的教学资源。

本书用英语全面、系统、概要地介绍了市场经济体制下工商企业如何运作,旨在帮助学生熟悉企业环境、经营管理、金融财务、法律保险等方面的英语词汇和用语,学会商务英语基本技能,为下一步学习更微观、更具体的课程打下基础。

## 图书在版编目(CIP)数据

工商导论 / 陈准民主编. —2 版. —北京: 高等教育出版社, 2009.2 (2010 重印)  
(商务英语系列教材 / 陈准民, 陈建平主编)  
ISBN 978-7-04-024795-4

I. 工… II. 陈… III. 企业管理 - 英语 - 高等学校 - 教材 IV. H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 005781 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	100120	网 址	<a href="http://www.hep.edu.cn">http://www.hep.edu.cn</a> <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.landrac.com">http://www.landrac.com</a> <a href="http://www.landrac.com.cn">http://www.landrac.com.cn</a>
印 刷	北京中科印刷有限公司	畅想教育	<a href="http://www.widedu.com">http://www.widedu.com</a>
开 本	787×1092 1/16	版 次	2002 年 8 月第 1 版 2009 年 2 月第 2 版
印 张	16.25	印 次	2010 年 6 月第 3 次印刷
字 数	365 000	定 价	28.00 元

---

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 24795-00

# 商务英语立体化系列教材编委会

总策划 刘 媛

总主编 陈准民（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）

吕世生（南开大学翻译系）

李 平（对外经济贸易大学英语学院）

刘 媛（全国外语教学与研究发展中心）

刘法公（浙江工商大学外国语学院）

陈 洁（上海对外贸易学院）

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（广东外语外贸大学高级翻译学院）

郭桂杭（广东外语外贸大学国际商务英语学院）

龚龙生（上海外国语大学经济贸易管理学院）

彭 龙（北京外国语大学国际商学院）

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）

策划编辑：贾巍巍 张毅达

项目编辑：张毅达 张维华

责任编辑：秦彬彬

封面设计：王凌波

版式设计：刘 艳

责任校对：秦彬彬

责任印制：毛斯璐

## 出版说明

改革开放30多年来,中国政治、经济、文化、社会等方面都发生了翻天覆地的变化。尤其是2001年中国加入WTO(世界贸易组织)之后,作为一个经济大国,中国在经济全球化的进程中正发挥着越来越重要的作用。“中国离不开世界,世界离不开中国”已成为广泛共识。在刚刚过去的2008年,中国在北京成功举办了第29届夏季奥运会,在即将到来的2010年,中国还将在上海举办第42届世界博览会。这两件国际大事成为时代背景下的两个亮点,也是中国在国际上扮演的角色的最好注解。中国社会、经济的飞速发展,对外语教学发展提出了更高的时代要求。

与这种时代背景相契合,商务英语教材的编写和出版也随着时代的脚步而发展。2000年前后,中国国际贸易学会国际商务英语研究会和高等教育出版社合作,联合对外经济贸易大学、广东外语外贸大学等高校,启动了“普通高等教育‘十五’国家级规划教材”——“商务英语系列教材”的编写工作。2002年至2006年间,陆续出版了《商务英语听说》(上、下)、《商务英语阅读》、《商务英语写作》、《商务英语翻译》(英译汉)、《商务英语口译》等商务英语技能类教材和《工商导论》、《国际经济导论》、《国际贸易实务》、《金融英语阅读》等商务英语专业类教材。该系列教材自出版以来在全国高等院校广泛使用,并且得到普遍认可。

自2007年开始,高等教育出版社组织专家、作者对该系列教材进行修订,并根据教学需求增补了部分教材,并成功申报了“普通高等教育‘十一五’国家级规划教材”——“商务英语立体化系列教材”。新的系列教材旨在为商务英语专业、英语专业商务方向以及商科相关专业英语课程提供更为完整的、成体系的教学资源。总主编陈准民教授对教材的修订和编写提出了“特、新、精、自、立”的五字要求,即具有中国特色、内容更新、成为精品、具有自主知识产权和立体化的特点。总主编陈建平教授积极提倡“大商务”的概念,认为商务英语教学应该立足英语,走向国际,培养综合素质高、应用能力强、善于商务交际的人才,并提出应该建立比较系统的课程体系,以适应中国经济发展的需要。此外,应该设定能力培养框架,该框架应具有复合知识结构和技能特征,可以采取模块式结构。

根据本系列教材编委会讨论的结果,并结合院校的使用反馈,该系列的选题范围有所扩展,教材体系结构有所调整。主要包括三个模块——商务英语综合课、听说/视听说课、阅读课教材以引进改编的《体验商务英语》系列为主;商务英语技能类教材以原有教材的修订版为主,增加了《大学商务英语口语》、《商务英语翻译》(汉译英)等;商务英语专业类教材以原有教材的修订版为主,增加了《国际商务谈判》、《国际市场营销》等。

21世纪是数字技术和网络技术广泛应用的时代,数字化学习、网络化学习已经成为一种趋势。为了满足相关需求,为师生提供快捷方便的服务,“商务英语立体化系列教材”将力求突出立体化的特色。高等教育出版社将针对该系列教材在教学网站(体验英语网www.englishxp.edu/net.cn)上提供与教材/课程相关的网页,方便读者查询教材/课程的介绍和相关教学资源。部分教材还将提供配套电子/数字教学资源,如录音、录像、电子教案、多媒体学习课件、网络课程等。

中国已经成为世界第三大贸易国,世界第四大经济体。经济和贸易的发展对我国的商务英语教学提出了更高的要求。培养高层次人才已经不仅是适应国际经济和规则的需要,更是我国积极参与国际竞争,走向世界的需要。希望这套教材能够为国际商务人才培养起到积极作用。

欢迎广大教师和学生提出宝贵的意见和建议,以便使这套教材能够更好地满足教学需求。

高等教育出版社  
2009年1月

## 第二版前言

《工商导论》自2002年出版以来，商务英语又有了很大的发展。首先，中国加入世界贸易组织之后，社会对商务英语人才的需求继续加大，促使越来越多的高等院校与时俱进，开设商务英语专业或方向，以更好地满足国家改革开放的需要。根据一份调查(李朝、赵函，2005)，到2005年全国开设商务英语专业(方向)的高校已达547所，占所调查1,607所高校的34%。2007年以来，教育部又批准对外经济贸易大学等院校试办独立的商务英语专业。从办学层次上看，大专、本科和研究生都有。第二，商务英语的师资队伍不断壮大。从最近三届(即第五、第六和第七届)的“全国国际商务英语研讨会”的参会人数可以看出，越来越多的英语教师参加到了商务英语的教学和研究行列，新人不断涌现。第三，商务英语的学术研究从理论到实践均取得长足进展，成果丰硕。

在这种大形势下，高等教育出版社决定对“十五”国家级规划教材“商务英语系列教材”进行修订，是非常必要和及时的。拙作《工商导论》作为这个系列中的一本也做了修订。

首先，第二版对教材的有关内容进行了更新。近几年，在企业形式、国际贸易、金融货币、国际化经营、知识产权、信息管理等领域都有了不少新的发展，因此，本教材的有关章节也作了相应调整，对相关数据进行了更新。其次，结合第一版的使用情况和院校反馈，对部分案例分析和翻译练习做了修订，在增强其针对性和时效性同时，对第一版中的一些排版和印刷错误也作了更正。

商务英语是一个日新月异、充满活力的领域。相关教材也应通过实践不断修订，与时俱进。因此，我衷心希望各位同行和专家一如既往地关注这本教材，不吝赐教。

陈准民

2008年6月，北京

## 第一版前言

目前的商务英语（也经常称为经贸英语）类课程主要有两大类。一类是传统课程，如《外刊选读》、《外贸函电》和《外贸口语》，通称老三门。另一类为用英语讲授的专业课程，如《国际营销》、《国际企业管理》等。这两类课程在帮助学生了解国际经贸、熟悉有关英语词汇和用语方面具有重大作用。但是，目前这种课程体系有两个明显缺陷。第一，在传统的老三门中，《外贸函电》和《外贸口语》偏重于对外贸易，尤其是商品贸易，局限性很大；《外刊选读》在内容的丰富多样性上独树一帜，但由于其素材选自各国各类报刊，要达到很高的系统性有较大难度。第二，用英语开设的专业课起点过高。美国和其它西方国家的学生从小就生活在市场经济当中，对这种体制有着丰富的感性认识。而市场经济在中国才刚刚起步，中国学生对市场经济的了解还十分粗浅，还没有形成一个整体概念。对与市场经济有密切关系的国际经济贸易，他们的认识也是如此。在这种情况下，一开始就要学习《国际营销》等非常微观的课程，结果往往是见木不见林，只记住了支离破碎的具体细节，缺乏对整体的把握。

在党的十四大、十五大后，中国的经济改革开放总方向已经十分明确，那就是：建立现代化企业制度，发展社会主义的市场经济，使中国的经济同世界接轨，在二十一世纪中叶成为中等发达国家。现在，中国已经加入世界贸易组织，同改革开放前和改革开放初期相比，新世纪的国际经贸工作者的工作范围要广得多，业务类型也复杂得多。他们不再局限于处理来往信函和信用证，或参加几次贸易谈判或交易会。从各方面的反馈看，他们可能从事的国际经贸活动包括：

1. 传统意义上的国际贸易；
2. 作为驻外人员参加中国企业在外国的经营管理活动；
3. 作为中方人员参加中外合资企业的经营管理活动；
4. 作为中国雇员参加外国企业在中国的经营管理活动；
5. 国际双边或多边经贸组织的协商、谈判；
6. 中国各级政府的对外经贸活动。

从以上活动可以看出，为了胜任以上各项工作，国际经贸工作者必须熟悉：

1. 经济贸易的基本理论；
2. 市场经济的运作规律；
3. 现代企业的经营管理；
4. 国际经贸活动的基本概念和程序；
5. 与以上各项有关的法律、伦理和文化知识；
6. 与以上各项有关的外语知识和技能。

从以上的讨论可以推断，商务英语的课程体系应作重大改革。要把商务英语看成一个有机的整体，大力加强其系统性。

在教学内容上，要着眼于以“市场导向、企业为本、内外贸不分家、产供销一条龙”为特征

的大经贸以及反映这些特征的英语词汇和用语，而不能再局限于传统意义的对外贸易。随着教学内容的扩大和丰富，在有限的课时里要抓大放小，舍弃那些过于具体琐碎的内容（如对外贸易中的某些具体细节），确保反映大经贸特征英语的教授。

其次，要本着“先基础、后提高，先概要、后具体”的原则，把各门课程分出层次（如基础层的和提高层的）、种类（如全面概要介绍类的和具体领域深入讲解类的）和适用对象。

### 一、教学目的

《工商导论》以英语为授课语言，全面、系统、概要地介绍了市场经济体制下工商企业如何运作。我国正在进行社会主义市场经济建设，并在加入世界贸易组织之后加速与世界经济接轨。因此，市场经济和工商管理是我国的国际经贸工作者必须熟悉的两个领域。

为了满足这方面的需要，5年前我在对外经贸大学开设了《工商导论》这门课程，并从讲义开始，逐步编出了这本配套教材。这本教材对市场经济及工商管理的描述以国际上的通行定义为基础，但尽量结合中国实际。在讨论和分析案例时，也尽量使用与中国有关的题目和素材，以帮助学生掌握中国融入全球经济时在工商管理方面所需的基本概念和相关英语知识。

### 二、教学要求

通过该课程的学习，学生可以对市场经济及现代工商企业的运作有一个总体印象，并熟悉企业环境、经营管理、金融财务、法律保险等方面的英语词汇和用语，为下一步学习更微观、更具体的课程打下基础。

### 三、教学原则

需要强调的是，本课程是一门特定用途英语（English for specific purpose, 即ESP）课程，而不是一门专讲工商管理的专业课程。因此教学重点在商务英语，而不是专业知识。学生对专业知识只要理解就行，不需钻研过深。对于所学的商务英语，则不仅要理解，更要抓紧一切机会加以运用。

因此，建议教师使用1/3的课堂时间讲解有关专业知识，用大部分时间培养学生使用商务英语的能力。本书设计了五种练习：1) 填空（Cloze），2) 乱句复原（Scrambled Sentences），3) 案例分析（Business Case），4) 翻译讨论（Translation and Discussion）和5) 模拟运营（Run Your Own Business）。

填空和乱句复原可以进一步帮助学生理解工商管理的基本概念，并在词句和篇章层次上进一步熟悉相关的商务英语。后三个练习的重点在于训练学生运用所学知识的能力。案例分析要求学生对所给案例，用英语进行分析、讨论并作出决策。翻译讨论同案例分析有些类似，也是分析案例，但有两个不同之处。一是所有的案例都围绕两个中国青年的创业史展开；二是为了训练学生的汉英翻译能力（这种能力对于中国的国际经贸工作者来说非常重要），案例全部用中文写成。学生必须先案例翻译成英文，再用英语进行分析、讨论和决策。教师应鼓励学生充分运用所学知识，并发挥自己的想象力，为案例设计更为丰富的内容。所有这一切，当然还



是为了让学生有更多运用英语的机会。模拟运营给了学生更大的自由度。从第二周开始，要求每个学生“创建”一个自己的企业，并随着课程的进展，运用所学知识就如何管理该企业进行分析、决策并向全班报告。当然，所有这一切也都用英语进行。

#### 四、教学对象

本课是一门概论型基础课程，其教学对象为 1) 商务英语专业本科生，2) 英语专业商务方向本科生，3) 国际贸易、国际经济、国际工商管理等外向型专业本科生和 4) 商务英语专业研究生。

#### 五、教学安排

本课程共18章，每章大约需2-3个课堂小时完成教学。如每周安排2-3课时，一个学期内可以全部完成，即18周用于课堂教学，一周复习，最后一周考试。

#### 六、教学测试

教学测试分为课堂参与 (Participation)、小组演示 (Group Presentation) 和期末考试 (Final Examination) 三个部分。课堂参与主要用于衡量学生能否积极有效地把在本课所学知识应用于课堂讨论和案例分析中去。小组演示要求学生组成几个小组，各自模拟一个公司，运用所学知识，就公司的营销、财务和其它管理问题进行分析，并将结果展示给全班。期末考试由问答题、定义题、案例分析、汉译英等题型组成，既测试学生对工商管理基本概念的掌握程度，也测试学生对相关英语的应用能力。

《工商导论》在编写过程中，参阅了大量国内外的有关专著和教材，其中参考较多的列在所附的参考书目中，在此向诸位作者表示衷心的感谢。此外，虽然《工商导论》已经使用了5年，但作为一本商务英语领域的探索性教材，不足之处在所难免。恳请各位专家和读者能不吝赐教，使它能日益完善。

陈淮民

2002年2月，北京

# PREFACE

## (First Edition)

As China deepens its economic reform and opens its door wider to the outside, Business English is gaining popularity rapidly. Learners of Business English have been increasing in number and numerous textbooks of Business English have been turned out to satisfy the learners' needs. Having been a teacher in this field for 25 years, however, I have found that most of such texts are designed for learners at the beginning or intermediate level. The English they deal with are mainly for office secretaries and sales people. To meet the needs of advanced learners of Business English, particularly those who take Business English not as a course but as a major, textbooks of a higher caliber should be developed.

First, the subjects covered by such textbooks should embrace all the major components of modern business, from how to establish a business to ways to change its form; from product R&D to calculation of profits or losses; from doing business in one's own country to making money abroad, etc. These subjects need not be dealt with in depth, but must be concisely covered to give learners a basic but comprehensive understanding of the modern business.

Second, the English used by such texts should not be too academic or full of technical jargons. It should represent the English which is used by ordinary business people, and the newspapers and magazines they read.

*Fundamentals of Business* is an attempt in this direction. It is written neither as a content textbook for native speakers of English nor as a language textbook for non-native speakers. It tries to stand somewhere in between, attempting to present the fundamental elements of modern business with a controlled body of English expressions which I hope are neither too casual nor too technical for upper-division or graduate students of Business English, or other types of advanced learners of Business English.

*Fundamentals of Business* consists of 18 chapters, each covering a major issue in modern business. At the end of each chapter, there are six exercises: 1) Cloze, 2) Scrambled Sentences, 3) Business Case, 4) Translation and Discussion, 5) Run Your Own Business and 6) Supplemental Reading. The fourth exercise is in fact a series of short stories about a garment manufacturing firm in China. Designed for students to practice Business English, each story and the ensuing questions should be first translated into English. The discussion that follows should also be in English. Students do not have to do the translation in a word-by-word fashion. Rather, they are encouraged to use each story as a framework and add whatever details as they see fit so that they can practice Business English in a more comprehensive way; they can also raise other questions to expand the discussion.

*Fundamentals of Business* was first written in 1996 and has since been used for many classes. Based on my classroom experience and students comments, revisions have been made in content and format. However, as a textbook of experimental nature, it must still have a lot of room for further improvement. I would appreciate, therefore, further comments and suggestions from colleagues and students.

Chen Zhunmin

Beijing

February, 2002



# CONTENTS

## **Chapter 1**     *Setting Up a Business*     **1**

Sole Proprietorship	1
Partnership	3
Corporation	4
S Corporation and Limited Liability Company	7
A Special Form: Franchising	7
Exercises	8

## **Chapter 2**     *Marketing: An Overview*     **13**

Origin of Marketing	13
Functions of Marketing	14
Marketing Mix	15
Marketing Environment	15
Market Segmentation	16
Exercises	17

## **Chapter 3**     *Products and Pricing*     **21**

Types of Products	21
Development of New Products	22
Product Life Cycle	23
Pricing	23
Exercises	28

**Chapter 4**      **Channels of Distribution**      **33**

Common Channels of Distribution	33
The Cost and Value of Intermediaries	36
Physical Distribution	37
Exercises	38

**Chapter 5**      **Promotion**      **43**

Advertising	43
Personal Selling	45
Sales Promotion	46
Public Relations and Publicity	47
Word of Mouth	47
Exercises	48

**Chapter 6**      **Money and Banking**      **53**

What Is Money?	53
What Does Money Do?	54
Types of Money	55
The Financial System	56
Money Supply and the Federal Reserve System	58
Exercises	60

**Chapter 7**      **Financing**      **63**

Short-term Financing	63
Long-term Sources of Funds	65
Debt or Equity Financing?	67
Features of Bonds	67
Features of Stock	68
Exercises	69

**Chapter 8     *Accounting*     73**

Balance Sheet	73
Income Statement	76
Exercises	79

**Chapter 9     *The Securities Market*     83**

Primary and Secondary Markets	83
Buying and Selling Stocks	83
Bulls and Bears	84
The Bond Market	84
Who Buy Securities?	84
Exercises	87

**Chapter 10     *Risk Management and Insurance*     91**

Approaches to Managing Business Risks	91
Insurance and Its Principles	92
Insurable Risks	94
Insurance for Business	94
Fidelity and Surety Bonds	98
Exercises	99

**Chapter 11     *Business Law*     103**

Types of Law	103
Contract Law	104
Tort Law	105
Property Law	106
Warranty	108
Negotiable Instruments	108
Agency Law	109
Business Bankruptcy	110
Exercises	111

**Chapter 12**    *International Business*    **115**

Why Trade with Other Countries?	115
Other Ways to Go Global	117
Special Issues in International Business	120
Exercises	125

**Chapter 13**    *Managing Business Enterprises*    **129**

Management Functions	129
Management Levels and Skills	130
Sources of Managers	132
The Building Blocks of Organizational Structure	133
Organizational Decision Making	134
Organizational Structures	136
Informal Organization	139
The Strategic Management Process	140
Exercises	141

**Chapter 14**    *Human Resources Management*    **145**

Planning for Human Resources	145
Staffing	146
Training and Developing Employees	149
Demoting and Terminating Employees	151
Compensating Employees	151
Exercises	153

**Chapter 15**    *Motivating and Leading Employees*    **157**

The Classical Theory	157
The Hawthorne Studies	158
Maslow's Hierarchy of Human Needs	158
Herzberg's Two-factor Theory	160
McGregor's Theory X and Theory Y	160

Vroom's Expectancy Theory	161
Strategies for Motivating Employees	161
Leadership	165
Exercises	167

## **Chapter 16**    *Information Management*    **171**

Information vs. Data	171
What Is Information Technology?	172
How Information Technology Helps Business	172
The Tangible Technology: Hardware	173
The Intangible but Crucial: Software	173
Application Programs	174
Network	176
The Management Information System (MIS)	177
MIS and Managers	177
MIS and the Management as a Whole	178
Security Issues	179
Exercises	180

## **Chapter 17**    *The Environment and Responsibilities*    **185**

Factors of Production	185
Types of Economic System	186
Economic Goals and How to Measure Their Attainment	188
The Roles of Government	191
The Market and Competition	193
The Importance of Profits	195
The Responsibility of Business	196
Exercises	198

## **Chapter 18**    *Careers in Business*    **203**

Self-evaluation	203
Career Opportunities in Business	205



Successful Job Hunting	210
Exercises	215

<b>Appendix A</b>	<b><i>Key to Exercises of Cloze and Scrambles</i></b>	<b>219</b>
-------------------	---	------------

<b>Appendix B</b>	<b><i>Key to Translation and Discussion</i></b>	<b>227</b>
-------------------	---	------------

<b>Appendix C</b>	<b><i>References</i></b>	<b>239</b>
-------------------	--------------------------	------------