

国家级精品课程推荐教材



北京市高等教育精品教材

新世界
NEW WORLD
商务英语系列教材
BUSINESS ENGLISH

高级 商务英语 听说 (第二版)

Advanced Business English—
Listening and Speaking (2nd Edition)

江 春 主编



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press



国家级、北京市级精品课程 北京市高等教育精品教材

对外经济贸易大学教育部商务英语国家级教学团队项目资助

Supported by the National Teaching Team of the Ministry of Education of the University of
International Business and Economics

新世界商务英语系列教材

New World Business English

高级商务英语听说

(第二版)

Advanced Business English
listening and Speaking
(2nd Edition)

主编 江 春

编者 窦卫霖 李 莉 刘 丽

杨伶俐 熊莉萍 王燕希

对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

高级商务英语听说 / 江春主编. —2 版. —北京:
对外经济贸易大学出版社, 2010
新世界商务英语系列教材
ISBN 978-7-81134-862-0

I. ①高… II. ①江… III. ①商务 - 英语 - 听说教学
- 高等学校 - 教材 IV. ①H319.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 197580 号

© 2010 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

高级商务英语听说 (第二版)
Advanced Business English
—Listening and Speaking
(2nd Edition)

江 春 主编
责任编辑: 胡小平

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

唐山市润丰印务有限公司印装 新华书店北京发行所发行
成品尺寸: 185mm × 230mm 19.75 印张 397 千字
2010 年 10 月北京第 2 版 2010 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-862-0

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 35.00 元 (含光盘)

“新世界商务英语系列丛书（本科）”编委会

编委会委员（按姓氏笔划为序）

丁衡祁	丁崇文	王立非	王关富
王燕希	江 春	邢建玉	沈素萍
陈小全	陈延军	杨伶俐	张海森
张翠萍	李 莉	俞利军	郭桂杭
常玉田	窦卫霖		

“新世界商务英语系列丛书”编委会

总顾问

陈准民（对外经济贸易大学）

编委会主任委员（按姓氏笔划为序）

丁衡祁（对外经济贸易大学）

王立非（对外经济贸易大学）

王关富（对外经济贸易大学）

车丽娟（东北财经大学）

邬孝煜（上海对外贸易学院）

陈 洁（上海对外贸易学院）

沈素萍（对外经济贸易大学）

陈振东（上海财经大学）

宫桓刚（东北财经大学）

郭桂杭（广东外语外贸大学）

出版说明

“新世界商务英语系列丛书”是对外经济贸易大学出版社与对外经济贸易大学、东北财经大学、广东外语外贸大学、上海财经大学、上海对外贸易学院等院校联手推出的一套面向不同层次的、涵盖不同模块的商务英语系列立体化教材。

本套教材面向三个层次：研究生、本科和高职高专。研究生层次的商务英语适用于全国各高等院校商务英语方向以及财经类专业的硕士研究生。整体思路贯彻《研究生英语教学大纲》和《考试大纲》，适应全国研究生英语教学发展的新要求。本套全国高等院校研究生商务英语系列教材由阅读教程、翻译教程、写作教程、听说教程以及配套多媒体课件组成。

本科层次的商务英语教材适用于全国各高等院校英语专业的商务英语方向和国际贸易、国际经济、国际工商管理 etc 商科专业的学生。

高职高专层次的商务英语教材按照教学模式设置，包括语言技能教材和商务谈判、国际贸易实务、外贸英文制单、商务礼仪等商务知识核心教材。

针对本科层次商务英语教学模式和课程设置，商务英语方面的教材涵盖下述三大模块：语言技能、混合模块（语言技能 + 专业知识）、商务专业知识：

第一：语言技能

高级商务英语听说
商务翻译（英译汉）
商务翻译（汉译英）
国际经贸文章选读
商务英语阅读

商务英语写作
商务英语口语
商务英语口译
商务英语综合教程

第二：语言技能 + 专业知识

人力资源管理专业英语
国际商法专业英语
国际贸易专业英语
金融专业英语
饭店管理专业英语

国际经济合作专业英语
工商管理专业英语
证券专业英语
银行专业英语
国际经济专业英语

国际营销专业英语
海关专业英语

国际投资专业英语
旅游管理专业英语

第三：商务专业知识

跨文化商务交流
商务广告
国际贸易实务（英文版）

国际商务礼仪
经济学导论（英文版）

上述的每套子系列教材都自成体系，合在一起又形成了有机的整体。本套教材不是封闭的，而是随着教学模式、课程设置和课时的变化，不断推出新的教材。对外经济贸易大学出版社旨在广泛调动社会智力资源，与时俱进、推陈出新，整合出一套不断更新、日趋完整的商务英语系列教材，以实现我们为广大读者提供服务的口号“读经贸图书，做国际儒商”（Get versed in economic and commercial subjects, and succeed in the international business arena. ）。

编撰者们不仅具有丰富的语言教学经验，而且具备商务活动的实践经验，或者曾任驻外商务领事，或者获得工商管理、经济学等商科专业的硕士、博士学位。他们集教学经验和专业背景于一身，这是本套商务英语系列教材编撰质量的有力保证。

对外经济贸易大学出版社
2010 年 4 月

再版前言

对外经济贸易大学“高级商务英语听说”课程在2007年荣获北京市和国家级精品课程荣誉称号，该课程同时荣获北京市优秀教学成果二等奖。本教材作为“高级商务英语听说”课程的指定教材在2008年获得北京市精品教材称号。教材经过全国商务英语专业、英语专业和其他经济管理专业学生的使用，受到普遍的欢迎和好评。认为教材将语言技能的锤炼和商务知识的应用达到完美结合，选课学生普遍对课程满意度高，收获大，认为它有效地提高了学生的语言基本功，拓宽了知识面。作者曾收到教师和学生的来信来电，对教材进行关注和评论，我们深受感动，在此，对大家的关心和支持表示感谢。关于“高级商务英语听说”课程和教材相关的教学内容和辅助支持，有兴趣的老师和学生可以登陆对外经济贸易大学教务处精品课程网站进行查询。

鉴于世界经济贸易形势的发展，特别是当前的金融危机对中国经济发展模式的影响，我们对《高级商务英语听说》教材进行了更新和再版，使其能够继续保持原有的特色，顺应时代、推陈出新，无论从知识上、语言上、教法上、都适应时代的发展，跟踪听力教学的前沿，在听力支持、听力风格和听力策略上满足学生的语言学习要求，满足当代学生高起点、国际化、财经类专业知识和语言训练需求，使其具有立体感、时代感、实用性、复合性。

1. 教材的创作理念和目标

教材的设计理念：基于《大学英语课程教学要求》（试行）中的大学英语教学的性质和目标，“大学英语是以英语语言知识与应用技能、学习策略和跨文化交际为主要内容，以外语教学理论为指导，并集多种教学模式和教学手段为一体的教学体系。……大学英语的教学目标是培养学生英语综合应用能力，特别是听说能力，使他们在今后工作和社会交往中能用英语有效地进行口语和书面的信息交流，同时增强其自主学习能力、提高综合文化素养，以适应我国经济发展和国际交流的需要”。鉴于全国四、六级统考改革试卷已经加强了听说部分在全卷的比例，从原来的20%增加到35%，这就更加突显了听说能力和语言应用能力在大学英语教学中的重要性。因此《听说》这门课程在教材的设计上应该培养学生英语的1) 综合应用能力，特别是商务环境下的听说能力；2) 增强其自主学习的能力，特别是就某商务话题进行表达和沟通的能力；3) 提高跨文化交际能力和综合文化素养。

教材设计的目标：鉴于财经类院校学生和商务英语专业学生的专业特点和需求，课程设计的目标是帮助学生在未来商务环境下，能够基本听懂英文的商务信息新闻、商业对话、采访和访谈，并能就某一商务话题，用较为流畅的英文回答问题并表达自己的观点，即具备良好的商务沟通能力。这对学生在未来国际化的公司中求职、职业发展和出国深造都是至关重要的。本教材能够满足上述课程目标的要求。

2. 教材的写作特点和适用人群

写作特点：

选材要精 (reflective of business essentials)

内容要新 (inclusive of latest interests)

语言要真 (authentic of listening materials)

练习要活 (interactive of key exercises)

经过对三届选修这门课学生的问卷调查，我们发现学生非常注重英语听说课程的实效性、趣味性、知识性。因此我们将上述四个基本原则始终贯穿在编写之中。具体的特点是：

1) Part A 部分，选择重大新闻事件，选择重复率高的新闻题材，词频出现率高的新闻条目，并尽量使内容与课文主题相符合。

2) Part B and C 部分，尽量用对话、访谈、采访、报道、和讲座等形式出现，内容与学生所学的知识密切相关，与中国的现实挂钩，这符合语言学中的关联理论，有利于保持学生兴趣。

3) 每部分练习的设计都围绕锤炼学生的辨音能力、记忆能力、听力理解能力、笔记能力、综合归纳能力、听写能力。这种边听边练的方法有助于学生全身心投入主动参与学习。

4) 为了突显商务英语听说特点，全书的设计分为以下几个主题部分：trade and economics; marketing; management; finance and investment; culture and communication; technology and business ethics。每部分都有三个单元。这从题材和话题上给学生以丰富的学习空间和扩展空间。我们调查了市场上大量的商务英语教材和流行商务英语测试的口试题目，使题材和话题的选择有利于学生参加学校和社会上的各种商务英语测试，如：IELTS, BEC, TOEIC, BULATS。

本教材适用于财经类院校大学本科三、四年级的学生；商务英语专业本科生；MBA 学生的商务英语课程。也适合准备报考上述商务英语测试的练习复习；准备出国学习 MBA 或其他商科专业的前期准备。

本教材的参编教师都是对外经济贸易大学教授此课程的优秀教师，他们是：窦卫霖，李莉，刘丽，杨伶俐，熊丽萍，王燕希。在此对他们的参与和贡献表示衷心的感谢。

江 春

2010 年 4 月 6 日 于惠园

前 言

《高级商务英语听说》(Advanced Business English—Listening and Speaking Course)课程,作为对外经济贸易大学商务英语系为全校本科生精心开设的专业语言技能课,在学校的选修课里一直是深受欢迎和重视的一门课。自2001年开设以来,顺应时代、突出特色、推陈出新,无论从知识上、语言上、教法上、都适应了时代的发展,满足了我校学生高起点、国际化、财经类专业的知识和语言训练需求,具有立体感、时代感、实用性、复合性。本教材就是专为这门课程所编写。

1. 教材的创作理念和目标

教材的设计理念:基于《大学英语课程教学要求》(试行)中的大学英语教学的性质和目标,“大学英语是以英语语言知识与应用技能、学习策略和跨文化交际为主要内容,以外语教学理论为指导,并集多种教学模式和教学手段为一体的教学体系。……大学英语的教学目标是培养学生英语综合应用能力,特别是听说能力,使他们在今后工作和社会交往中能用英语有效地进行口语和书面的信息交流,同时增强其自主学习能力、提高综合文化素养,以适应我国经济发展和国际交流的需要”。鉴于全国四、六级统考改革试卷已经加强了听说部分在全卷的比例,从原来的20%增加到35%,这就更加突显了听说能力和语言应用能力在大学英语教学中的重要性。因此《听说》这门课程在教材的设计上应该培养学生英语的1) 综合应用能力,特别是商务环境下的听说能力;2) 增强其自主学习的能力,特别是就某商务话题进行表达和沟通的能力;3) 提高跨文化交际能力和综合文化素养。

教材设计的目标:鉴于财经类专业学生和商务英语专业学生的专业特点和需求,课程设计的目标是帮助学生在未来商务环境下,能够基本听懂英文的商务信息新闻、商业对话、采访和访谈,并能就某一商务话题,用较为流畅的英文回答问题并表达自己的观点。即具备良好的商务沟通能力。这对学生在未来国际化的公司中求职、职业发展和出国深造都是至关重要的。本教材能够满足上述课程目标的要求。

2. 教材的写作特点和适用人群

写作特点:

选材要精 (reflective of business essentials);

内容要新 (inclusive of latest interests);

语言要真 (authentic of listening materials);

练习要活 (interactive of key exercises)。

经过对三届选修这门课学生的问卷调查,我们发现学生非常注重英语听说课程的实效性、趣味性、知识性。因此我们将上述四个基本原则始终贯穿在编写之中。具体的特点是:

1) Part A 部分,选择重大新闻事件,选择重复率高的新闻题材,词频出现率高的新闻条目,并尽量使内容与课文主题相符合。

2) Part B and C 部分,尽量用对话、访谈、采访、报道和讲座等形式出现,内容与学生所学的知识密切相关,与中国的现实挂钩,这符合语言学中的关联理论,有利于保持学生兴趣。

3) 每部分练习的设计都围绕锤炼学生的听力理解能力、笔记能力、综合归纳能力、听写能力。这种边听边练的方法有助于学生全身心投入主动参与学习。听力录音可根据学生的水平和需要播放。

4) 为了突显商务英语听说特点,全书的设计分为以下几个主题部分: trade and economics; marketing issues; management issues; finance and investment; culture and communication; technology and business ethics. 每部分都有三个单元。这从题材和话题上给学生以丰富的学习空间和扩展空间。题材和话题的选择我们调查了市场上大量的商务英语教材和流行商务英语测试的口试题目,有利于学生参加学校和社会上的各种商务英语测试如: IELTS, BEC, TOEIC, BULATS。

本教材适用于财经类专业本科三四年级的学生;商务英语专业本科生; MBA 学生的商务英语课程。也适合准备报考上述商务英语测试的练习复习;准备出国学习 MBA 或其他商科专业的前期准备。

根据我们对英语教学多年的经验,英语学习不一定非要逆水行舟,苦海无崖。兴趣乃学习之父,重复是记忆之母。在此我们衷心希望此教材的真实性、实用性、沟通性能引起学生的兴趣,能够为商务英语教学贡献微薄之力。

江 春

2006 年 4 月 25 日于惠园

目录 Contents

Unit 1	Globalization Trend	
	全球化趋势	1
Unit 2	Hot Issues in International Trade	
	国际贸易热点问题	11
Unit 3	Making Economic Sense	
	解读经济	23
Unit 4	Consumer Behavior	
	消费者行为	33
Unit 5	Brand Equity and Global Brands	
	品牌资产和全球品牌	41
Unit 6	Advertising Appeals—Image & Personality	
	广告诉求——形象和性格	51
Unit 7	Management Gurus	
	管理大师	61
Unit 8	Motivating Employees	
	激励员工	71
Unit 9	Recruitment and Performance Appraisal	
	招聘和业绩评估	81
Unit 10	Financial World	
	金融世界	91
Unit 11	Making Investment Rationally	
	理性投资	103
Unit 12	On the Business Legal Front	
	商业法律前沿动态	115
Unit 13	Effective Communication—Language and Culture	
	有效沟通——语言文化	125
Unit 14	Cultural Differences—Manners and Taboos	
	文化差异——礼仪禁忌	137

Unit 15	<i>Organizational Culture—Competitive Advantage</i>	
	企业文化——竞争优势	147
Unit 16	<i>A Socially Responsible Corporation—Business Ethics</i>	
	企业的社会责任——商业伦理	159
Unit 17	<i>Get Yourself Wired—Internet and Mobile Phones</i>	
	网络时代——互联网与移动电话	169
Unit 18	<i>New Economy and E-Commerce</i>	
	新经济与电子商务	181

Appendix Tapescripts

Unit 1	<i>Globalization Trend</i>	193
Unit 2	<i>Hot Issues in International Trade</i>	200
Unit 3	<i>Making Economic Sense</i>	207
Unit 4	<i>Consumer Behavior</i>	211
Unit 5	<i>Brand Equity and Global Brands</i>	219
Unit 6	<i>Advertising Appeals—Image & Personality</i>	225
Unit 7	<i>Management Gurus</i>	229
Unit 8	<i>Motivating Employees</i>	235
Unit 9	<i>Recruitment and Performance Appraisal</i>	239
Unit 10	<i>Financial World</i>	246
Unit 11	<i>Making Investment Rationally</i>	251
Unit 12	<i>On the Business Legal Front</i>	256
Unit 13	<i>Effective Communication—Language and Culture</i>	261
Unit 14	<i>Cultural Differences—Manners and Taboos</i>	269
Unit 15	<i>Organizational Culture—Competitive Advantage</i>	275
Unit 16	<i>A Socially Responsible Corporation—Business Ethics</i>	280
Unit 17	<i>Get Yourself Wired—Internet and Mobile Phones</i>	286
Unit 18	<i>New Economy and E-Commerce</i>	292

Unit 1

Globalization Trend

全球化趋势



Learning objectives

1. In this unit students will learn words and expressions related to the globalization trend and WTO.
2. Students will be able to argue either in favor of or against the globalization or WTO.



Background reading

WTO Agrees to a New Round of Trade Talks

DOHA, Qatar—The delegates at the World Trade Organization conference formally agreed Wednesday to start a new round of negotiations to further lower trade barriers.

It will be a years-long process aimed primarily at reducing tariffs on goods and services as well as opening markets and setting trade rules for rich and poor countries alike.

Two years after an attempt at the same task collapsed amid riots and



tear gas in Seattle, diplomats were jubilant at successfully completing this session, which also included approval of membership for China.

“This has been a historic time,” said the WTO’s director-general, Mike Moore, “In a world often divided, we have done something important.” U. S. Trade Representative Robert Zoellick said the WTO sent a powerful signal “of growth, development and prosperity throughout the world. . . . We’ve removed the stain of Seattle.”

Beyond the achievement of launching talks, delegates also hope their agreement will inject optimism into a gloomy global economy and send a message of unity and determination to a world shaken by the Sept. 11 attacks.

“The attacks encouraged us all to look beyond our narrow horizons and to think about the bigger picture,” Pascal Lamy, the European Union’s trade commissioner, said. Besides the agenda for new talks, officials from 142 WTO members adopted separate statements focusing on the needs of developing countries, which Moore said were “not listened to enough” in Seattle.

Early concessions from Washington and a late one from the European Union helped bring the developing countries on board, officials said.

The U. S. agreed to a review of rules that allow penalty duties on goods that are “dumped” on a market at below cost. Zoellick, however, won assurance that rules on subsidies behind low-cost goods also will be scrutinized and tightened.

An equally crucial compromise was reached Wednesday after all-night talks with the EU on farm export subsidies, which almost everyone except the Europeans wants to eliminate. In return, other countries accepted EU demands that the new talks take into account some environmental issues. For example, the EU wants to clarify how agreements like the Kyoto accord on greenhouse gas emissions relate to the WTO and whose rules take precedence in case of conflict.

(USATODAY.COM By Paul Geitner, The Associated Press)

Comprehension questions:

1. What does a new round of negotiations aim at?

2. What can you infer from U. S. Trade Representative's saying:
"we have removed the stain of Seattle"?
3. Beyond the achievement of launching talks, what else do delegates
hope to achieve?
4. What issues will be the primary focus for a new round of talks?



Loose-leaf selective listening

Part A Business News

Directions: *In this news report, you'll hear two news items. One is about globalization facts report. The other is about a new round of WTO talks.*

1. Read after me the new words and expressions

- | | |
|--------------------------------------|-------------------------|
| 1) economic integration | 经济一体化 |
| 2) poll | 民意测验;民意调查 |
| 3) poverty and inequality | 贫困和不平等 |
| 4) anti-globalization activist | 反对全球化的积极分子 |
| 5) contradict | 反驳,否认 |
| 6) Sub-Saharan | 亚撒哈拉沙漠地区,
撒哈拉沙漠以南的非洲 |
| 7) complacency | 自满,骄傲 |
| 8) optimistic | 乐观的 |
| 9) framework agreement | 框架协议 |
| 10) pragmatic | 务实的 |
| 11) consultation | 磋商 |
| 12) ministerial meeting | 部长级会议 |
| 13) emerging consensus | 出现的一致意见 |
| 14) modality | 形式,样式 |
| 15) launch | 发起,开始 |
| 16) make compromises and concessions | 做出妥协和让步 |