



国际贸易英语

International Trade English

约瑟芬·克林顿 编著

耿淑敏 译

北京大学出版社

北 京

著作权合同登记 图字:01-1999-1560
图书在版编目(CIP)数据

国际贸易英语/约瑟芬·克林顿编著. - 北京:北京大学出版社, 1999.9

(实用英语系列)

ISBN 7-301-04223-X

I. 国… II. J… III. 国际-贸易-英语-口语 IV. H319.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 24717 号

本书中文简体字版由远流出版公司授权北京大学出版社出版

书 名: 国际贸易英语

著作责任者: 约瑟芬·克林顿

责任编辑: 齐语红

标准书号: ISBN 7-301-04223-X/H·466

出版者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村北京大学校内 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn/cbs.htm>

电 话: 出版部 62752015 发行部 62754140 编辑室 62752032

电子信箱: zpup@pup.pku.edu.cn

排 印 者: 北京大学印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×960 毫米 32 开本 9.375 印张 180 千字

1999 年 9 月第一版 1999 年 9 月第一次印刷

定 价: 14.00 元

出版说明

英语是世界上的主要语言之一。由于历史的原因和政治、经济、文化、科技发展的结果以及英语本身所具备的条件，英语已在世界上起到国际语言的作用。在改革开放的中国，英语也是中国人学习外语的第一选择。但是，对于掌握了一定单词、有一定英语语法基础的成人，每当要用英语进行口头表达或文字表达时，常常会不知所措：人家说的自己听不清，自己说的别人听不懂，写出来的人家不明白。要在较短的时间内，能做到学以致用，适应对外交际的需要，就应该选一本实用的好教材。

“实用英语系列”针对人类学习语言的自然本能，结合中国人学习外语的方式以及思维习惯，发挥长处克服弱点，让您在学习中得到乐趣，学后能脱口而出，下笔而就。

“实用英语系列”有以下两个特点：

一是各册所涉及的内容广泛而实用。实用是本系列的基本出发点。人们在工作、学习、生活以及其他活动中所遇到的各方面的内容，本书均按主题分册涉及，不同的读者可以根据不同的需要，选择不同主题的分册学习、实践。

二是力求简单易学,强调口语作用。本系列中,口语类图书占的比重较大。这是因为学习外语主要是为了交际,而要交际,首先要学好口语,只有通过口语,才能有足够的练习与实践的机会,来获得新的技能和养成另一种语言的思维习惯。各册的句型、语法、词汇都是最基本的。即使是零起点的读者也可由浅入深,循序渐进,有英语基础的读者更可以温故而知新,巩固和提高自己的英语听说写的能力。

为了给读者提供纯正、地道的英语,本书各册力求做到由中外语言专家合作编写,并且配制了录音带。

“实用英语系列”为多辑系列丛书,分辑推出。第一辑 8 种由美国 AA. Bridgers 公司编写,内容包括办公室日常用语、生活美语、旅行自助、文法句型会话、流利英语词汇等。第二辑 10 种由台湾远流出版公司编写,以商务交际活动为中心,包括国际商展、贸易、谈判、接待、礼仪、商务报告等方面的英语口语、书面语言等。这两辑书中出现的重要单词短语,依照当代美国人发音,以标准 K.K. 音标注音。为方便读者自学,各册均由语言教学专家精心录制了学习磁带,使读者既可阅读本书,还可以训练听力,以掌握纯正的语音语调,达到自然学习的效果。本书附有国际音标(Jones)和 K.K. 音标对照表,供读者查阅。

热忱欢迎读者对“实用英语系列”编写中的疏漏和缺点提出批评建议。

· 北京大学出版社

1999 年 8 月

CONTENTS

目 录

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 出版说明 | 1 |
| 1. 价钱 <i>Price</i> | 1 |
| 2. 询价 <i>Inquiry</i> | 25 |
| 3. 报价 <i>Offer</i> | 50 |
| 4. 市场 <i>Market</i> | 74 |
| 5. 样品 <i>Sample</i> | 98 |
| 6. 品质 <i>Quality</i> | 123 |
| 7. 付款 <i>Payment</i> | 147 |
| 8. 订货 <i>Placing orders</i> | 172 |
| 9. 包装 <i>Packing</i> | 196 |
| 10. 保险 <i>Insurance</i> | 220 |
| 11. 装船 <i>Shipping</i> | 244 |
| 12. 索赔 <i>Claims</i> | 268 |
| 附录: 国际音标与 K. K. 音标对照表 | 292 |

Chapter 1



Price

价钱

价钱是生意往来、买卖交易中最重要
的讨论话题。从定价、调价，到杀
价，商人们不知费了多少时间、精力
与唇舌才达成协议?! 您也想知道
怎样表示自己对价格高低的接受或
拒绝吗? 请看本章的实例说明。

价格实用表达语

1. **skimming price** 最高利益获取价; 吸脂价格

skim[skɪm], 当动词, 有“撇取液体表面浮物”的解释。而 skimming 在商业上则有其引申之意, 指“获取最高利益的定价策略”。这种策略通常用在一项新产品刚上市时, 因产物本身的特殊性吸引消费者, 再加上尚无竞争对手, 使得制造商哄抬价格, 赚取最大可能之利润。skimming price 即指“厂家最高获利之价格”。

2. **market price** 市价

商品在市场上由供给与需求情形所决定的价格。

3. **flexibility in the price structure** 价位伸缩性

flexibility[flɛksə'bɪlətɪ], 弹性。price structure 则可解为“价格幅度”。flexibility in the price structure 乃指某产品之既定最高至最低价钱的伸缩空间。structure[ˈstrʌktʃə], 结构。

4. **price ceiling** 价位上限, 最高价

ceiling[ˈsi:liŋ], 原指“天花板”; 引申为“上限”, 经常用来指财经商业方面的最高幅度限制。反义词则为 price floor——最低价位、下限; floor 原意为“地

板”。

5. **basis price 基本价**

basis[ˈbeɪsɪs], 基础。basis price 是指未含其他附带或额外服务的价格。

6. **competitive price 竞争价格**

competitive[kəmˈpetətɪv], 原是“竞争性的”, 在此暗示“有竞争潜力的”。一个能够在市场上与其他同类产品较劲的产品, 其价格通常是属于较低或中等。

7. **price war 价格战**

各厂商、销售商为促销产品, 不计后果, 竞相削价, 而使得市价大乱, 此为价格战。消费者在这场战争中通常扮演赢家, 但如不懂看紧荷包, 可能也会遭受损失。war, 战争。

8. **loaded price 附加费用价格**

loaded, 有负荷的。这个名词是指过度超出产品成本的价格。通常是因为提供某种额外的服务(如特别包装、急件等), 或者受销售策略影响, 而把产品售价提高得极不合理。

9. **cost price 生产价格、成本价格**

cost, 成本、花费。这个说法即指产品在未附加任何

其他费用之前的生产成本价格。另外, cost price 也可解释为买下一批货时的进货价格, 又称“成本价格”。

10. invoice price 发票价格

invoice[ˈɪnvɔɪs], 发票、收据。“发票价格”即是对一商品登记在供应商发票上的价格。

11. mark up/advance/increase 涨价

表达“涨价”的说法很多, 这些动词的意思基本上为: 上扬、前进或增加。这三种说法也可当名词, 用法改为 a mark-up/advance/increase in price。

12. mark down/fall/cut 跌价

表达 The price goes down. ——“降价”时, 可以用上述的词来代替; 同样地, 这些词也可当名词用, 用法为 a mark-down/fall/cut in price。

实例 I

某家公司的营业部经理(A)和财务部经理(B)为新产品的定价持相反意见, 而且各有说辞。

A: I really think this price is too high. A price has to be based on costs and the profit you want.

我真的认为这个价钱太高。价钱是要根据成本和你所想要的利润而定。

B: I know. But pricing has to be based on what customers want too, which differs from place to place and time to time.

我知道。但是定价也须以顾客的需要为基础,而这种需要是会因时、因地而异的。

A: Yes; experience shows that the same product is priced differently in different markets. But why so much higher in this market?

没错。根据经验,相同产品在不同的市场会定出不同的价钱。但为什么在这个市场要定这么高?

B: There are many rich people in this area, so a **skimming price** is OK — and even needed, because they think only a high price means a good product.

这个地区多是有钱人,所以最高利润行得通,甚至可以说是必要的,因为他们认为只有高价位才能代表好产品。

A: But the **market prices** for other similar products are much lower. Buyers will notice the **flexibility in the price structure**, and buy from other companies.

但其他同类产品的市价就低了很多,购买者会注意到价格上的差异,转而购买其他公司的产品。

B: I don't think so. I think the others will have to raise their **price ceiling** to make customers believe their products are as good as ours.

我可不这么想。我倒觉得其他同行得提高价格的上限,让顾客相信他们的产品和我们的一样好。

导 读

实用句型

experience shows that... 经验显示……

用这样的开头语通常是为了强调自己的论点是依客观的观察和实际经验而来,并非个人主观的想法或臆测,因此这说法听起来就比 I think(我个人认为……)有说服力。相似的说法为:

.....
It's well-known that... (well-known, 众所周知的)

It's common knowledge that... (common knowledge, 常识)
.....

语汇解析

1. **high** [haɪ] *a.* 高的。反义词为 low[lo]。
2. **be based on...** 依据……,以……为标准。base, 为动词,“基于……”之意;这个短语的介词 on 也可用 upon 代替。
3. **cost** [kɒst] *n.* 成本;费用

4. **profit** ['prɒfɪt] *n.* 利润
5. **differ** ['dɪfə] *v.* 相异。此词用法为 differ from (with)...——和……不同。文中 differ from place to place 是说“(某事)因地而异”, differ from time to time 则是“(某事)因时而异”。
6. **area** ['eɪrɪə] *n.* 地区
7. **mean** [mi:n] *v.* 意指;有……之意义
8. **notice** ['nɒtɪs] *v.* 注意
9. **raise** [reɪz] *v.* 抬高;举起。此词可用于多方面,例:raise one's voice(高声说话;生气而大声说话)、raise one's eyebrow(扬眉;睁大眼睛)、raise a smile(绽开笑容)等。
10. **be sure about...** 确定……
11. **make customers believe** 使顾客相信。make 为使役动词,后面只能加原形动词。

Your Turn——该你了

I 语句改写

以下是公司同仁(A、B)对新产品标价所表示的意见,请利用课文的实用表达语,改写黑体的部分,使语句更简洁、更专业:

A: I suggest a **high price** for our new product.

1. _____

B: I agree with you. This is a hightech product that takes time and money to develop. It's necessary for us to raise the **price limit**.

2. _____

A: I've made an investigation into the products of our competitors. Their quality isn't as good as ours. Also, there is little **difference in prices between different brands**.

3. _____

B: That's right. **The current prices** for other similar products **in the market** are low. Our products are especially designed for the growing number of rich people.

4. _____

A: We will make big profits before we meet any real competition.

II 语汇复习

1. 她说：“知道答案的人**举手**。”

She said, “_____ your hand if you know the answer.”

2. 华西街(蛇巷)位于台北最古老地区之一的万华。
Snake Alley is located in Wan-hwa, one of the oldest _____ in Taipei.
3. 虽然 Jenny 和 Jill 是姐妹,但是她们几乎对每件事的看法都不同。
Though Jenny and Jill are sisters, they _____ each other on almost everything.
4. 通常我们的行销策略是依据市场调查报告和顾客反应而定。
Our marketing policies are usually _____ on market reports and customer reactions.
5. 王太太因为老公没注意到她的新发型而气愤非常。
Mrs. Wang was very angry because her husband didn't _____ her new hairstyle.
6. 这些产品的原料成本很低。
The _____ of the materials for these products is very low.
7. 您是什么意思?
What do you _____?
8. 大家可在市面上发现许多进口的玩具。

People can see a lot of imported toys _____
_____.

答案 Answers:

Ans. (1)

1. a skimming price
2. The price ceiling
3. flexibility in the price structure
4. The market price

Ans. (2)

- | | |
|----------------|------------------|
| 1. Raise | 2. areas |
| 3. differ from | 4. based |
| 5. notice | 6. cost |
| 7. mean | 8. on the market |

实例 II

一位供应商(A)支持他的销售商(B)对市面上价格的波动抱着“以不变应万变”的态度;但这样的价格策略真的最好吗? 有没有隐忧呢?

A: You know, I think it's smart to stay with the same low price. Your customers will be pleased.

我认为把价格维持在低价位真是明智之举。你的

顾客群会满意的。

B: We think that the **basis price** should stay low. It's wrong to raise prices just because market demand is going up fast.

我们认为基本价应该维持在低价位,不能因为市场的需求攀升就哄抬价格。

A: Right. With such **competitive prices**, your regular customers will buy only from you, and I'm sure you'll get a lot of new customers.

嗯,在这样的竞争价格,你的老主顾还是会向你们买,而且我确信你们还会吸引更多的新顾客。

B: I'm just afraid we might start a **price war**. The bigger companies might lower their prices to try to take our customers away, and close us down.

只怕我们会展开一场价格战。大公司可能会降低价格,把我们的顾客拉走,甚至让我们倒闭。

A: If later they try to compete with you by lowering their prices, I think the consumers would know they had loaded prices before, and would feel cheated.

如果他们过一阵子为了和你们竞争而降价,那消费者就会知道这些公司原来的定价高得不合理,而觉得受骗上当。

B: Well, I don't think the consumers would know unless someone tells them.

唉,但我可不相信消费者会明白这种事实,除非有人指出来。

导 读

实用句型

I'm just afraid that... 我担心……,我恐怕……

afraid[ə'fred], 害怕、不安。在此句型中引申为“我恐怕……”,而 that 后面所引述的事情通常有否定意味。这也是经常表示“不能完全同意”的实用句型,尤其在商业谈判中很少有人会直接说 No,而是用此开头语表达心中疑虑。同义的法:

My fear is that...

My only hesitation is that... (hesitation, 疑虑。)

语汇解析

1. **smart** [smɑ:t] *adj.* 聪明的
2. **stay** [steɪ] *v.* 保持原状不变;停留
3. **pleased** [plɪzd] *adj.* 高兴的;被取悦的。这个形容词是动词 please——“取悦,使高兴”的过去分词。
4. **market demand** 市场需求。demand [dɪ'mænd], 在此为名词,有“需求、销路”的意思。