

<<最新实用商务英语教程>>

图书基本信息

书名：<<最新实用商务英语教程>>

13位ISBN编号：9787305062407

10位ISBN编号：7305062405

出版时间：2009-9

出版时间：南京大学出版社

作者：杨祖宪 编

页数：198

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

自1978年改革开放以来,中国经过30多年的惊人快速发展已成为世界级经济大国,GDP有望今年超越日本成为全球第二经济大国,进出口总量也将名列世界第二。中国取得如此令人骄傲的成绩,其“中国公司”功不可没,尤其是几十年来开展全球性经营活动“走出去”的公司更值得称颂赞扬。

中国公司走出去从事国际经营活动的形式多样,有的出口其产品与服务或进口其所需商品与设备,有的在海外建厂、设立研发中心,或并购海外资产。

每年来自中国制造的产品进入世界千家万户与数以千计的办公室,这些产品不仅仅是劳动密集型的鞋靴与家具,还有高科技的太阳能光伏组件与半导体器件。

正是这些每年价值数亿美元的出口产品使中国终将超越德国登上世界第一大出口国的王座。

中国经济的快速发展对全球资源和高档奢侈品的需求也是逐年攀升,铁矿石、商用飞机、劳斯莱斯高档汽车、路易威登箱包——耀眼登上了中国进口采购单榜首。

中国曾一举签下了价值174亿美元的空中客车,2008年世界顶级高档轿车宾利在中国销售超500辆,从而取代日本跃升至亚洲第一。

同年中国已成为全球高档奢侈品第三大消费国,占全球销售额百分之十二。

十多年来中国公司走出去在海外投资建厂、开设研发中心也是与年俱增。

自1999年以来,海尔公司在美国相继建立了设计中心在洛杉矶、生产基地在南卡罗来纳州、营销中心在纽约“三位一体本土化”的海外基地,为当地开发并生产了冰箱、冷柜、酒柜等能与美国本土主流品牌竞争的庞大白色家电产品群,并创下了7小时内销售7000台海尔空调的惊人纪录。

华为技术公司自1996年起就在全球与美国3Com公司、英国电信、Telefonica等世界顶尖电讯公司建立了合作伙伴关系,并在印度、美国、瑞典、俄罗斯等国建立了研究中心,2008年其专利申请量排名为全球第一。

目前,华为的产品和解决方案已经应用于全球100多个国家,以及35个全球前50强的运营商。

中国工程机械制造之王三一重工在全球有12个海外子公司,产品批量出口到110多个国家和地区,继在印度、美国投资建成工程机械研发制造基地后又斥资1亿欧元在德国建设研发中心及机械制造基地。

<<最新实用商务英语教程>>

内容概要

本书为数年前南京大学出版社出版的《跨国公司在中国——最新实用商务英语教程》（以下简称《跨国公司在中国》）一书的姐妹篇，同为实用商务英语案例类读本。

全书精选来自国际英文主流媒体的46篇文章，共分五章：第一章为“盛世中国”，描述改革开放30多年来中国取得了引人瞩目的辉煌成就；第二章为“中国公司”，整体描绘中国公司的新面貌；第三章为“中国制造”，探究中国产品走红全球的缘由；第四章为“中国采购”，展现了中国公司和中国消费者全球采购与全球消费的惊人实力；第五章为“中国并购”，精选了中国公司近年来在海外并购和尝试并购的案例，记载了他们成功的喜悦与失败的苦涩。

本书精选的46篇文章，内容时新、文字地道、文体多样。

同时，每一课配有导读、注释与练习，旨在让读者看作结合、学练同步、学有所得、无师自通。

本书既可单独用作商务英语专用教程，也可用于财经类专业课程的补充教材；既适用于商务英语专业学生和财经类专业学生，也适用于立志于进入或已经从事国际经营业务的白领阶层或招商引资的经理们。

书籍目录

第一章 盛世中国 Text 1 东方巨龙依旧强大 Text 2 中国飞速发展的强势经济：难以阻挡，粗放型模式 Text 3 中国发展：几家欢喜几家忧 Text 4 着手准备：又一个“中国效应” Text 5 中国经济如火如荼 Text 6 为中国经济的奇迹寻根求源 Text 7 中国“市场经济”地位的困惑 Text 8 中国经验全球共享 Text 9 中国经济将依旧后劲十足

第二章 中国公司 Text 10 中国公司走向世界 Text 11 中国公司生产率的进步令人惊讶 Text 12 中国冠军企业闯荡海外市场 Text 13 文化差异——中国公司走出去的困惑风水轮流转，这次轮到中国公司了 Text 14 中国人来了，不断扩张的中国公司终于发现了“旧大陆” Text 15 没听说过“李宁”？问一下NBA顶级中锋——“侠客”吧！ Text 16 中国的银行取代花旗集团成为行业巨首 Text 17 阿里巴巴IPO：神话的延续 Text 18 联想证明中国产品是世界一流 Text 19 中国公司新面貌

第三章 中国制造 Text 20 没有“中国制造”：生活一年，度日如年 Text 21 美国圣诞节“中国造” Text 22 在中国的“美国制造” Text 23 中国造“中华尊驰”闪亮登陆汽车王国 Text 24 “中国制造”——盛名背后的故事 Text 25 中国成为世界反倾销头号目标 Text 26 美泰公司向中国人民的道歉 Text 27 从“中国制造”到“中国创造” Text 28 中国品牌全球化的未来

第四章 中国采购 Text 29 中国觅求全球资源以维持快速发展 Text 30 中国投入巨资寻求海外能源 Text 31 来自中国的巨额订单飞向空中客车 Text 32 超豪华汽车“井喷”中国市场 Text 33 面对奢侈品，中国的胃口越来越大 Text 34 昔日宁静边镇，如今喧闹商埠 Text 35 咖啡——中国新生代消费者的宠儿 Text 36 强盛中国令大宗货物市场“牛气十足” Text 37 饥渴中国煤船挤破澳洲港口

第五章 中国并购 Text 38 中国海外“大采购” Text 39 嗨，来自中国的大买家 Text 40 中国私企海外竞购——“蛇吞象” Text 41 不可小觑中国大公司的异军突起 Text 42 联想：柳暗花明又一村 Text 43 海尔退出竞购美泰克 Text 44 华为入股3Com美国政府忧心忡忡 Text 45 全球化经济中新角色闪亮登场 Text 46 中国公司海外并购时代尚未到来

参考答案

章节摘录

Whats more important to you: American factory jobs or cheap stuff ?

As Americas factory-based industries move production lines to China, American workers lose tens of thousands of jobs but the rest of us gain the ability to buy some of our favorite items at all-time low prices. The switch that really brought the whole issue to the forefront for me was when my beloved (and the all-American best-selling shoe in world history) Chuck Taylor Converse All-Stars production line was closed in Pennsylvania and moved to Asia. The shoe quality didnt go down so much, as it simply changed. American Chuck Taylors would wear out where the toe area connected to the laces part of the shoe——forgive my lack of correct technical shoe jargon——and also in the back. But the new Chinese Chucks were wearing out a little more quickly, but from the sides. One day my entire right foot slipped out of the left side of my shoe. But lets step back. Where did this new manufacturing trend come from ?

Why is China so popular for manufacturing the worlds goods ?

In 1972 President Richard Nixon was the first US president to visit the Peoples Republic of China and lay the foundation for trade relations. Since then, the United States has been continually working with China to increase free trade. Bill Clinton was instrumental in getting China into the World Trade Organization. In 2005, spurred on by the US Congress, China tacked the worth of their Chinese yuan to the worth of the US dollar.

<<最新实用商务英语教程>>

媒体关注与评论

如今国际商务活动内涵已经从“外贸”延伸至投资、金融等经济形态，而这些活动已经超越旧日的大外贸格局，并成为企业日常经营行为。

因此“商务英语”的研究对象应侧重于企业的国际经济经营活动。

“商务英语”的三大元素为“国际化”、“商务”和“英语”。

著名商务英语专家杨祖宪近年来主编的《最新实用商务英语教程：“跨国公司在中国”篇》与《最新实用商务英语教程：“中国公司走出去”篇》集这三大因素，值得推荐。

——对外经济贸易大学校长 施建军

<<最新实用商务英语教程>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>