

商贸汉语系列教材
Business Chinese Series



商贸汉语阅读与表达
Reading and Communicating

周磊 编著

3



华语教学出版社
SINOLINGUA

商贸汉语系列教材
Business Chinese Series



商贸汉语阅读与表达
Reading and Communicating

周磊 编著

3

 华语教学出版社
SINOLINGUA

责任编辑：陆瑜
英文编辑：韩芸芸
封面设计：薇薇

图书在版编目（CIP）数据

商贸汉语阅读与表达 3 / 周磊编著. —北京：华语教学出版社，2012
（商贸汉语系列教材）
ISBN 978-7-5138-0361-8

I. ①商… II. ①周… III. ①商务—汉语—阅读教学—对外汉语教学—教材
②商务—汉语—口语—对外汉语教学—教材 IV. ①H195.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第262682号

本书收入的文字作品稿酬已委托中国文字著作权协会转付，敬请相关著作权人联系。
电话：010-65978906，地址：北京市朝阳区京广中心商务楼4层（100020）
E-mail：Chinacopyright@yahoo.cn

商贸汉语阅读与表达 3

周磊 编著

*

©华语教学出版社有限责任公司
华语教学出版社有限责任公司出版
（中国北京百万庄大街24号 邮政编码100037）
电话：(86)10-68320585, 68997826
传真：(86)10-68997826, 68326333
网址：www.sinolingua.com.cn
电子信箱：hyjx@sinolingua.com.cn
新浪微博地址：http://weibo.com/sinolinguvip
北京京华虎彩印刷有限公司印刷
2013年（16开）第1版
2013年第1版第1次印刷
ISBN 978-7-5138-0361-8
定价：59.00元

前 言

近年来，来华留学生学习需求日趋多元化，对中国经济发展予以关注的学生越来越多，不少来华学历生选择经贸类专业作为主修专业。留学生经过一两年的语言学习之后进入专业学习阶段时，往往会遇到衔接上的问题。如何在学生的语言学习和经贸专业学习之间架设起一座桥梁，帮助学生尽快适应专业学习，是本套教材的编写初衷。

《商贸汉语阅读与表达》各册教材在突出商贸汉语教材特色方面进行了积极尝试。具体特色如下：

1. 体系完整，针对性强。整个系列教材构思完整，结构合理，同时努力在选材上突出商贸特色。这样既可以帮助学习者提高汉语交际能力，又能帮助他们了解在中国（或用汉语）从事商务活动所需的相关专业知识和文化知识。

2. 阅读与表达结合。本教材语言输入与输出并重，在解决语言和商务信息理解的同时，细化和强化表达训练，注重对学生口头与笔头表达能力的培养，让学生将自己的思考准确而得体地表达出来。

3. 灵活开放，方便实用。本系列教材在保持体系完整的同时，每册教材都具有相对的独立性，可以单独使用；既可供教学机构按教学计划组织学习，也可以供学生自学使用。

4. 难度控制，科学合理。本教材符合《高等学校外国留学生汉语教学大纲》要求；选文词语难度参照《汉语水平词汇等级大纲》及《商务

汉语常用词表》进行合理控制。

适用对象

本教材适用于经过一年的基础汉语学习，以经济、商贸为专业的学历学生或具有相应基础的从事对华商务活动的外国人。教材分为六册，其中一、二册适用于达到新 HSK 四级及以上水平的学生；三、四册适用于达到新 HSK 五级及以上水平的学生；五、六册适用于达到新 HSK 六级及以上水平的学生。

内容设置及选材

总体设置：教材一、二册每册 12 单元，三、四、五、六册每册各 10 个单元，每单元包括主课文、副课文和课后阅读材料、生词、练习训练等内容。

课文及生词：课文的长度和难度渐次提高，一、二册课文长度为 800~1000 字；三、四册课文长度为 1000~1500 字；五、六册课文长度为 1500~2000 字。生词方面，前两册含 3% 左右的生词。后四册含 5% 左右的生词。其中，前三册为每个生词标注了英文翻译；后三册的生词配以纯中文释义，从而避免了外文释义容易产生的误导。

练习设计：练习主要包括三个方面：一是围绕课文进行的词汇、句式表达练习；二是围绕课文内容进行的选择与判断练习；三是围绕课文内容进行的问答及个人观点表述练习。表达部分一、二册偏重于一般性功能项目，兼顾少量书面用语表达模式的导入，同时根据相应的功能项目提供一到两个实景对话，让学生进行模仿练习或角色扮演。三、四册融入较多的书面用语表达模式；五、六册则以书面用语表达模式为主，强调语言表达的规范性与得体性。

需要特别说明的是，本教材选文多出自权威期刊，编者在保持原作风貌的基础上根据教学需要进行了删改。本套教材在编写和出版过程中得到首都经贸大学对外文化学院领导与同事的关心与支持，华语教学出版社的领导及各位编辑所做的大量认真细致的工作，使本教材增色不少，在此一并表示诚挚的谢意。

编者

First Edition 2013

ISBN 978-7-5138-0361-8
Copyright 2013 by Sinolingua Co., Ltd
Published by Sinolingua Co., Ltd
24 Baiwanzhuang Road, Beijing 100037, China
Tel: (86)10-68320585, 68997826
Fax: (86)10-68997826, 68326333
<http://www.sinolingua.com.cn>
E-mail: hyjx@sinolingua.com.cn
Facebook: www.facebook.com/sinolingua
Printed by Jinghua Hucais Printing Co., Ltd

Printed in the People's Republic of China

目录 Contents

第一课 休闲产业

主课文：休闲离我们有多远？	3
副课文一：十年“黄金周”	6
副课文二：休闲消费的主要方式	8
课后阅读：杭州——让休闲理念成为共识	10

第二课 电影产业

主课文：中国电影营销手段	15
副课文一：科技进步推动中国电影产业发展	19
副课文二：国际大片衍生品热销，中国电影后产品亟待开发	21
课后阅读：电影明星崇拜心理探究	24

第三课 会展业

主课文：当城市插上会展经济的翅膀	29
副课文一：会展经济的资源整合功能	33
副课文二：世博会的非凡意义	34
课后阅读：浅谈中国会展业的发展	37

第四课 体育产业

主课文：NBA 与中国篮球	41
副课文一：体育事业与体育产业	46
副课文二：北京奥运会给我们带来了什么	48
课后阅读：中国体育产业的“多元化”发展	51

第五课 汽车产业

主课文：开足马力，在探索中追赶世界的步伐	55
副课文一：汽车产业的新发展	59

副课文二：“汽车城”长春：从中国第一到中国最大	60
课后阅读：从车展看中国汽车产业新使命	64

第六课 制造业

主课文：“中国制造，世界合作”	69
副课文一：从中国制造到全球研发	72
副课文二：从“中国制造”到“中国服务”	74
课后阅读：刻不容缓的电子行业转型升级	77

第一～六课测试题	79
----------------	----

第七课 金融业和保险业

主课文：保险，为生活护航扬帆	91
副课文一：用心服务，拉近你我的距离	95
副课文二：金融危机带来另类机遇	97
课后阅读：走进中国保险业	99

第八课 网络相关产业

主课文：互联网改变着我们的生活	103
副课文一：电子商务带来市场营销环境的变化	108
副课文二：网络游戏产业发展漫谈	109
课后阅读：谁是最愚蠢的一代？	112

第九课 房地产业

主课文：风云变幻的中国房地产市场	117
副课文一：中国经济与中国房地产	120
副课文二：2010 年买得起房成为中国民众最大期待	122
课后阅读：看中国住房商品化之进步	125

第十课 创意产业

主课文：创意产业发展与旧城改造：Loft 的产生和发展	129
-----------------------------------	-----

副课文一：世博会与上海文化创意产业	132
副课文二：《阿凡达》成功的启示	134
课后阅读：中国文化品牌建设中的问题和对策	137

第十一课 环保产业

主课文：新能源与经济发展	142
副课文一：日本环保产业的发展及启示	145
副课文二：气候变化问题上的中国贡献	148
课后阅读：寻找蓝色水地图	151

第十二课 物流产业

主课文：什么是物流	156
副课文一：在学习中不断成长的中国物流产业	160
副课文二：物流进军网购行业	162
课后阅读：中国快递在竞争中求发展	166

第七~十二课测试题	168
-----------------	-----

部分练习参考答案	179
----------------	-----

生词表	183
-----------	-----

第一课

休闲产业

热身话题

1. 什么是休闲？
2. 不工作的时候你喜欢做什么？
3. 在你的国家，人们怎么放松心情？

生词

泡	pào	动词	kill time
休闲	xiūxián	动词	relax
缓解	huǎnjiě	动词	relieve
概念	gàiniàn	名词	concept
享受	xiǎngshòu	动词	enjoy
状态	zhuàngtài	名词	state, condition
特征	tèzhēng	名词	characteristic, feature
甚至	shènzhì	副词	even; so far as to
尤其	yóuqí	副词	particularly, especially
显得	xiǎnde	动词	appear to be; seem
浪潮	làngcháo	名词	wave, tide
消费	xiāofèi	动词	consume, spend
随着	suízhe		with; along with
增长	zēngzhǎng	动词	increase, grow
娱乐	yúlè	名词	entertainment

主课文

休闲离我们有多远？

在上海一家外企工作的张先生差不多每个月都要开车带夫人去杭州。一般是周六早上去，喝一下午茶，晚上到西湖新天地泡吧，周日睡到自然醒，吃完农家饭，开车回家。“我很喜欢这种感觉，很轻松，不用思考工作，在上海很难找到这种感觉。”张先生称其为“休闲之旅”。现在，越来越多的上海人利用假期到附近的城市游玩，以缓解工作和生活的压力。近几年，杭州、成都、三亚等城市都提出了“休闲”的概念。

对于“休闲”的理解，仁者见仁，智者见智。有人说，德国人休闲就是在海滨度假，找一本闲书，海滩上一躺，一待就是一个星期；法国人休闲喜欢到酒吧和咖啡馆闲坐着，几个朋友聊聊天喝喝咖啡；日本人休闲，爱在茶道茶艺中追求精神享受；美国人和英国人休闲，更愿意在钓鱼、网球、高尔夫球等健身活动中放松身心。世界休闲组织秘书长杰拉德·凯尼恩认为，休闲是一种生活状态。“休闲是人类生存的一种良好状态，是21世纪人们生活的一种重要特征。优质的休闲对个人生活甚至社会发展都十分重要，休闲可以让生活在世界上的人们更好地互相理解。”

中国休闲经济研究中心主任、中国人民大学教授王琪延在一次接受记者采访中谈到：“我们可以给休闲社会一个简单的定义。从休闲时间来讲，应该占到生活活动时间的50%；从支出来讲，应有50%用于休闲。这是两个主要标准。休闲社会还有一个特征，人们的生活中心由工作为主要生活方式转变成以休闲为中心的生活方式。这种特征在欧洲一些国家表现突出。

他们工作四天，休息三天，生活中心和我们中国是不一样的。”王教授认为目前中国只有城市看到了休闲社会的曙光。因为中国的收入水平尚不能达到上面提到的指标。社会发展阶段中，第一个阶段是没钱没闲，这是农业社会。第二个阶段是有钱没闲，这是工业化社会。钱是有了，但没时间去花。你必须去拼命挣钱，这其实还是贫困的表现。而到了有钱有闲阶段才是真正的休闲社会，也是我们追求的社会。

无论对休闲的理解是什么，事实是，休闲正向我们走来。休闲经济对一个城市，尤其是旅游城市来说，显得越来越重要。1999年12月号的英国《经济学家》杂志发表的《全球经济将出现五大浪潮》一文的作者认为，到2015年人类将进入休闲时代。休闲消费会随着经济的增长而增长，当一个国家或地区人均GDP超过2,500美元时，休闲消费的增长速度会快于经济的增长速度。有专家指出，以旅游、娱乐、体育健身、文化传播等为主的休闲经济将成为下一个经济大潮。

关键句式

1. 对于“休闲”的理解，仁者见仁，智者见智。

说明：

仁者见仁，智者见智 means different people hold different views on a certain issue.

例句：

- ◇ 对这一事件的看法，可谓仁者见仁，智者见智。
- ◇ 要问这台话剧是否精彩，是仁者见仁，智者见智啊。
- ◇ 至于其市场前景如何，仁者见仁，智者见智。

2. 休闲经济对一个城市，尤其是旅游城市来说，显得越来越重要。

说明：

尤其 is an adverb and indicates the furthering in meaning.

例句：

- ◇ 开车要注意安全，尤其是在人多的路段。

- ◇ 他各门功课都好，数学尤其突出。
- ◇ 经济危机带给中小企业的压力尤其大。

背景链接

带薪年假

企业、事业等单位的员工连续工作1年以上，就可以享受一定时间的带薪年假。员工在年休假期间享受与正常工作期间相同的工资收入待遇。

练习

一、根据课文内容判断正误

1. 张先生每个月都和夫人一起去杭州。 ()
2. 各个国家对“休闲”的理解相同。 ()
3. 休闲经济对旅游城市来说非常重要。 ()
4. 休闲消费的增长速度会加快经济的增长速度。 ()
5. 有钱有闲才是真正的休闲社会。 ()

二、根据课文内容回答问题

1. 张先生为什么去杭州？
2. 美国人常选择什么休闲方式？
3. 休闲消费跟经济增长的关系是怎样的？
4. 王教授认为休闲社会有哪些特征？
5. 休闲经济主要涉及社会生活的哪些方面？

三、选词填空

显得 享受 甚至 随着 消费 娱乐 轻松 追求 增长

1. 每年都有大批的游客来到这个海滩尽情_____阳光。
2. 在市场竞争激烈的今天，创新能力对一个企业来说_____特别重要。
3. _____年龄的_____，他积累的经验也越来越多。

4. 上海、广州、深圳、北京是中国人均_____比较高的几个城市。
5. 现在的孩子学习的压力很大，只有少量时间能用于_____和游戏。

副课文一

十年“黄金周”

据统计，在中国，“双休日”加上春节、“五一”、“十一”、元旦放假，全年的节假日已超过 110 天，但为何人们感觉离休闲状态还是那么远？黄金周制度的缺陷该怎么弥补？国家该为人们的休闲做些什么？

当一个国家全民都休假的时候，交通、景点的压力是巨大的，很多人怨声载道，休假质量不高，投诉也很多。所以全民集体放大假这样的制度是有一定缺陷的。黄先生对长假出行又爱又恨。他记得去年“十一”陪父母游北京八达岭长城的情形：台阶上挤满人，到处闹哄哄，完全没有心情欣赏长城内外的风景。尽管如此，他仍然希望有“黄金周”，毕竟父母年纪大了，自己也就是长假期间有机会带他们到处看看。导游李小姐介绍说，每年“十一”黄金周，北京的游客量成倍增长，许多景区人山人海，游客不但难以欣赏风景，反而弄得心情很不好。这期间，车票、机票和住宿、吃饭费用比平时高出不少。

中国特色的“黄金周”长假至 2008 年已经是第 10 年了。从 2008 年开始，中国政府调整法定节假日，取消“五一”长假，设置元旦、清明、“五一”、端午和中秋五个小长假，希望能缓解出行压力，同时让更多的人了解传统节日文化。2008 年百度发起的一项网民意愿调查显示，超过 80% 的网

友认为“十一”是探亲旅游的难得机会，反对取消黄金周；同年，腾讯调查显示，89.1%的网友反对或不赞成取消“十一”黄金周。

黄金周的缺陷如何解决？有关专家提出了“三连休制度”的建议，即把一两个黄金周分散到七八次小的长周末假期，再加上带薪年假。首先，国家要在休闲制度上进行一系列改革，并落实休假制度。可以看看日本的做法，日本几乎每个月都有三连休，即在星期一或星期五增加一个休息日。日本本来节假日就非常多，宪法纪念日、成人节、儿童节、敬老节、劳动感谢日，他们就将这些节日放在周一或周五，三连休缓解了全民集体放假带来的问题。第二，要落实带薪年假制度，这必须得到强制执行。带薪年假时间如果做不到很多，可以少一些，比如多一年工龄增加一天带薪假，或者两年增加一天，且要落实。另外，可以建立消费预约制度，在日本就有这种制度。比如，法律可以规定，如果到广州去休闲，越早订房间，价格越便宜，如果一年前就订下了，可以只付20%的钱，越临近价格越高。但对取消预订而言，越临近则返还越少。如果当天没去，预付钱就百分之百扣下了，就相当于去住了。这种制度非常好，可以减少休闲的盲目性。

回答问题

1. 黄金周休假制度在中国实施多长时间了？
2. 黄先生为什么对长假出行又爱又恨？
3. 中国政府为什么调整节假日？
4. 百度和腾讯对网友的调查结果说明了什么？
5. “三连休制度”是什么意思？