



Super · 分级分类英汉对照读物 · 四级

SUPER

经济法法律篇

主编◎ 司树森 李 新



最新材料、精辟分析、直击考题
大学英语四级考试高分必备

Super · 分级分类英汉对照读物 · 四级

经济法律篇

主 编 司树森 李 新
副主编 金 铭
编 者 何明智 祁洪彬
王天舒 刘 燕

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

Super · 分级分类英汉对照读物 · 四级. 经济法律篇 / 司树森, 李新主编.
北京: 中国人民大学出版社, 2005
ISBN 7-300-06253-9

I. S...

II. ①司...②李...

III. 英语—对照读物—英、汉

IV. H319.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 007207 号

Super · 分级分类英汉对照读物 · 四级

经济法律篇

主 编 司树森 李 新

副主编 金 铭

编 者 何明智 祁洪彬 王天舒 刘 燕

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511239 (出版部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-82515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京东方圣雅印刷有限公司

开 本 890×1240 毫米 1/32

版 次 2005 年 1 月第 1 版

印 张 22.625

印 次 2005 年 1 月第 1 次印刷

字 数 620 000

定 价 25.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

Super · 分级分类英汉对照读物 · 四级

丛书编委会名单

主 编	司树森			
副主编	王天明	刘典忠	李 新	
编 委	王天明	王天舒	王新福	司树森
	孙大章	孙彩光	孙彩玲	李 新
	祁洪彬	刘 燕	刘典忠	吴鸿飞
	吴 琛	何明智	张 艳	张 超
	金 铭	罗 峰	赵 楠	徐文彬
	徐 玲	郭丹丹	慕文博	

前 言

为了适应我国高等教育发展的新形势,提高教学质量,满足新时期国家和社会对人才培养的实际需要,新《大学英语课程教学要求》(试行)对阅读理解(Reading Comprehension)能力提出了较高的要求:能基本读懂一般性题材的英文文章,阅读速度达到每分钟 70 词。在快速阅读篇幅较长、难度略低的材料时,阅读速度达到每分钟 100 词。能基本读懂国内英文报刊,掌握中心意思,理解主要事实和有关细节。能读懂工作、生活中常见的应用文体的材料。能在阅读中使用有效的阅读方法。为了适应上述要求,提高在校生及广大青年读者的英语阅读理解能力,扩大知识面,扩大词汇量和阅读的技能技巧,从而为通过英语四级考试打下坚实的基础,我们编写了《Super·分级分类英汉对照读物·四级》。本系列读物共分四册:《科普篇》、《经济法律篇》、《文学艺术篇》和《综合篇》,本系列读物的内容和难度紧扣最新《大学英语课程教学要求》对阅读理解的各项具体要求。短文取材新颖,趣味性、知识性强,既可开阔眼界又可了解外部变化万千的世界,且具有启迪性,使读者在阅读中得到诸多方面的改善与提高。现将各篇简介如下:

《科普篇》的内容涉及自然科学的各个领域,诸如基础科学研究、天体宇宙、太空飞行、生态环境保护、地震预测、医疗保健、生物工程、动植物、计算机、网络信息、黑客、交通运输及干细胞的研究与克隆技术的发展与现状等。

《经济法律篇》的大部分文章涉及经济、法律领域的最新动态与发展,包括社会的热点话题与基础知识,有区域及世界经济发展现状与问题、国际金融与对外贸易、通货膨胀、货币贬值与股票证券交易、司法公正与犯罪以及对中国人世的最新评析等。

《文学艺术篇》包含轻松愉快引人入胜的名人轶事,文学家、

艺术家的生平事迹，富于哲理的寓言故事，音乐、美术、雕刻、历史典故及作品赏析和文艺评论等。

《综合篇》的内容涉及政治人物、历史事件、军事发展、战争模式与高科技的运用、体育交流、文化教育的发展与变化、地理知识、各国的风土人情、习俗及人口爆炸与控制等。

本系列各册均有 100 篇短文，由浅入深，每篇 300 至 600 个单词左右，少数短文较长，700 个单词以上，旨在扩大信息量和阅读的实际需要。为了便于自学，每篇短文后均有词汇用法、语法结构或难句的分析，注释简洁，并配有阅读理解练习，其形式与英语四级考试阅读理解部分的题型相同，这有助于读者的应试需要；参考译文有助于理解和提高翻译水平，每篇文章后附有练习答案便于读者自测。

本系列各册后面均附有 2003 年 1 月至 2004 年 6 月的四套大学英语四级考试全真试题的阅读理解部分及答案。

本系列各册不仅适用于准备参加大学英语四级考试的在校生，也适用于广大中级英语自学者、自考生及参加全国英语等级考试的读者使用。

编者

2004 年 8 月

CONTENTS

目 录

- Passage 1** The Reinvention of E-Commerce (1)
电子商务的脱胎换骨
- Passage 2** Real Crisis of Confidence (9)
真正的信心危机
- Passage 3** Can Wal-Mart Get Any Bigger? (17)
沃尔玛还能变得更大吗?
- Passage 4** The Fortune Tellers (25)
算命先生
- Passage 5** Brand Name No Guarantee in Russia (33)
品牌在俄罗斯得不到保护
- Passage 6** Dell Business Model Turns to Muscle (40)
商业模式是戴尔强大之源
- Passage 7** Dotcom Gone (48)
网络公司去了
- Passage 8** Pensions and Unemployment Insurance (56)
养老金与失业保险
- Passage 9** PC Market (62)
个人电脑市场
- Passage 10** Farming in the U. S. (68)
美国农业
- Passage 11** Pulp Friction (74)
纸浆之争
- Passage 12** The American Dollar and the World
Economy (81)
美元与世界经济

Passage 13	Global Technology Slowdown Hits “Asian Tiger” Economy (89) 全球科技低迷打击亚洲虎经济
Passage 14	Market Strategies (96) 市场策略
Passage 15	The U. S. Trade Deficit (103) 美国的贸易逆差
Passage 16	Aid for the Developing Countries (110) 对发展中国家的援助
Passage 17	Economic Recovery in the U. S. (117) 美国的经济复苏
Passage 18	American Workers (123) 美国的工人
Passage 19	The American Economic System (130) 美国的经济体制
Passage 20	U. S. Advances Free Trade (136) 美国推进自由贸易的发展
Passage 21	Inside Intel: Seeking New Markets (143) 英特尔想要开辟新市场
Passage 22	Big Retailers Start to Think Small (149) 大型零售商开始想着做小
Passage 23	Why Time Shares Rarely Profit (156) 为何分时度假房很少赢利
Passage 24	Telemarketing: Their Profit vs. Your Privacy (162) 电话推销: 他们的获利与你的隐私
Passage 25	Brazil Teaches U. S. a Valuable Lesson (169) 巴西给美国上了有用的一课
Passage 26	Crash and Learn (177) 从崩溃中学习
Passage 27	The Disclosure Dilemma (183)

“透露”的困境

- Passage 28** Lessons Learned in Business School (191)
在商学院学到的教训
- Passage 29** EU Expansion Will Give Rise to New
Challenges (199)
欧盟扩张将会带来新的挑战
- Passage 30** Fat Attack on Big Mac Thrown Out of Court ... (205)
法庭驳回对巨无霸的起诉
- Passage 31** Why Is There Inflation? (213)
为什么会出现通货膨胀?
- Passage 32** New Rules for Building Wealth in the
Information Age (218)
信息时代创造财富的新准则
- Passage 33** The War on Drugs—Is It Myth or
Reality (225)
反毒品战争——神话还是现实
- Passage 34** White-collar Crime (231)
白领犯罪
- Passage 35** Deck the Malls with Boughs of Holly (238)
圣诞树装扮大商场
- Passage 36** The Jury—Its History, Character and
Function (244)
陪审团的历史、性质与功能
- Passage 37** China's Business Presence in the U. S. (250)
中国公司如何开拓美国市场
- Passage 38** The Question of Ethics (255)
道德问题
- Passage 39** Intrapreneurship (260)
内部创业
- Passage 40** The Johannesburg Summit on Sustainable
Development (266)

约翰内斯堡全球可持续发展峰会

- Passage 41** Rich Foreigners: Why They All Love
London (273)
有钱的外国人为什么喜欢伦敦?
- Passage 42** Ageing Public sector Workers Older and
Gloomier (279)
公共部门员工老化问题——越老越悲凉
- Passage 43** How to Get Bad News to the Top (284)
如何使下情上达
- Passage 44** WTO Wins Wider Role as Deals Take
Shape (291)
协议即将达成, WTO 赢得更重要的角色
- Passage 45** Free Enterprises in the U. S. (299)
美国的自由企业制度
- Passage 46** Federal Efforts to Control Monopoly (305)
联邦政府控制垄断的努力
- Passage 47** Debt Relief Program in HIPC Countries (312)
贫困国家的债务免除计划
- Passage 48** Project Management Isn't Just for Big
Businesses Anymore (319)
项目管理不只是大企业的事
- Passage 49** Asian "Recovery" on Shaky Foundations (325)
亚洲“复苏”基础不牢
- Passage 50** Innovation Now! (332)
创新从现在开始!
- Passage 51** Euro Fails to Keep Its Promise (337)
欧元没有实现诺言
- Passage 52** Fighting Poverty Through Rule of Law (343)
法治脱贫
- Passage 53** A Mixed Economy: The Role of the Market (348)
混合型经济: 市场的作用

- Passage 54** The Best Investment: America's Kids (354)
最好的投资：美国儿童
- Passage 55** Weathering the Storm (361)
历经风雨见彩虹
- Passage 56** Making the Most of a Downturn (368)
充分利用经济衰退
- Passage 57** Putting Up Walls Inside the EU (374)
欧盟内部竖高墙
- Passage 58** Once It's on the Web,
Whose Law Applies? (381)
网络世界适用哪里法律?
- Passage 59** Digital Copyright (389)
数字版权
- Passage 60** A Short Circuit for U. S. Engineering
Careers (396)
美国工程师职业出现短路
- Passage 61** Does Population Matter? (403)
人口重要吗?
- Passage 62** Companies Are People, Too (411)
公司也是人
- Passage 63** Can Business Escape the Price Vice? (417)
企业能摆脱价格的钳制吗?
- Passage 64** Diversity Without the Excuses (424)
多元化没商量
- Passage 65** Creative Good (429)
创佳公司
- Passage 66** Sales Formula That's Pure Magic (435)
神奇的推销秘方
- Passage 67** Strategic Savings: Opportunity Costs and
Mental Money (441)
战略性储蓄：机会成本与挣聪明钱

Passage 68	Death Vote	(448)
	致命的投票	
Passage 69	Consumer Groups: Tighten Spam Rules	(456)
	消费者组织呼吁制定更加严格的兜售邮件 管理规定	
Passage 70	Justice in Wartime	(463)
	战时司法公正	
Passage 71	Bad Men on Campus?	(470)
	校园恶徒?	
Passage 72	Hey, Big Spenders	(478)
	嗨, 挥金如土的人们	
Passage 73	Digital Audio Books Delivering Pleasure but Not Yet Profits	(485)
	数字有声读物好听不赚钱	
Passage 74	Oiling the Wheels of War	(492)
	推动战争的车轮	
Passage 75	Homebuyers Wait and See as Market Slows	(500)
	房市走慢 购房者坐以静观	
Passage 76	Pets as Property?	(506)
	宠物是财产吗?	
Passage 77	Dollar Sunk by Imbalance of Payments	(514)
	收支逆差导致美元贬值	
Passage 78	Download Day Aims to Hit Online Piracy	(521)
	免费下载日活动旨在打击网上盗版	
Passage 79	Auction	(527)
	拍卖	
Passage 80	Online Fraud: Still an Uphill Battle	(533)
	打击网上诈骗仍然是一场攻坚战	
Passage 81	Job Interviews: Stay Out of Legal Trouble	(541)
	让面试远离官司	

- Passage 82** Unequal Exchange (547)
 不平等交换
- Passage 83** The Cost of Capital Punishment (553)
 死刑的代价
- Passage 84** When the Boss Doubles as a
 Bathroom Monitor (560)
 当老板兼差监视卫生间时.....
- Passage 85** Home Mortgage (566)
 住房抵押贷款
- Passage 86** Computers and E-mail on the Job: They're
 Watching You (572)
 工作场所的计算机和电子邮件正在监视你
- Passage 87** Foreign Direct Investment: No Miracle Drug (580)
 外国直接投资并不是灵丹妙药
- Passage 88** Oil Price Defies Economic Laws (588)
 油价与经济规律背道而驰
- Passage 89** Just Whom Do Financial Crises Hurt? (593)
 金融危机到底苦了谁?
- Passage 90** OPEC's Paradoxical Move (599)
 欧佩克自相矛盾的举措
- Passage 91** A Gift from Law Enforcement (606)
 执法部门的礼物
- Passage 92** Is There a Crisis in Prices in the
 United States? (613)
 美国存在物价危机吗?
- Passage 93** The Tax Cut: An Update (620)
 减税计划的最新版本
- Passage 94** Why Conglomerates Fall Apart (625)
 大型企业为何土崩瓦解
- Passage 95** Deregulation of Telecommunications
 in the U. S. (633)

	美国消除电信管制	
Passage 96	Continuity and Change in U. S. Economy	(640)
	美国经济发展的连贯性与变化	
Passage 97	Bank Regulation in the U. S.	(646)
	美国的银行管制	
Passage 98	The Stock Exchanges	(653)
	美国的证券交易所	
Passage 99	Why Are Women Abused?	(659)
	妇女为何受到虐待	
Passage 100	Small Business in the U. S.	(665)
	美国的小型企业	
	2003 年 1 月大学英语四级考试全真试题阅读理解部分	(671)
	2003 年 6 月大学英语四级考试全真试题阅读理解部分	(680)
	2004 年 1 月大学英语四级考试全真试题阅读理解部分	(689)
	2004 年 6 月大学英语四级考试全真试题阅读理解部分	(698)
	2003 年—2004 年大学英语四级考试全真试题 阅读理解部分答案	(707)

The Reinvention¹ of E-Commerce²

In some ways, brick-and-mortar³ companies have it easy. They can study the successes and failures of firms that came before them. When planning a new venture, they can leisurely peer at the practices of giant corporations and thriving mom-and-pop⁴ operations to decide which strategy to employ.

In the past, brick-and-clicks⁵ and pure-plays⁶ have not had that luxury. But as the ins and outs⁷ of e-commerce have become better known, many companies have begun to change their practices. And rather than jumping into Web waters teeming with⁸ competitors, a significant percentage of businesses have chosen to focus on differentiating themselves and targeting consumers in smarter ways.

Turning a Corner⁹

“In general, companies have moved away from an online strategy that was in many cases uneconomic and opportunistic¹⁰ to a business model that is economically sustainable¹¹,”¹² Boston Consulting Group analyst Simon Stephenson told the *E-Commerce Times*.

Changes can be seen across the Web as companies focus on giving customers more of what they want—content—and fewer bells and whistles¹³. For example, many automakers have improved their sites significantly to reflect customers' needs. If site visitors want to know the available colors for a car, they will likely find those colors very easily on a manufacturer's site.

Sellers in other sectors—such as financial services firms,

booksellers and clothing retailers—also have beefed up¹⁴ content and improved site navigation. In almost all sectors, the use of new technology to showcase¹⁵ products rather than design capabilities has helped e-commerce move beyond its beginnings.

Bumps in the Road

Of course, there might still be a long way to go until e-commerce evolves to the point of being truly useful to consumers. Site design, in particular, still seems to be a sticking point¹⁶ for some companies.

“On average, sites aren’t improving,” Forrester analyst Harley Manning noted. “But some of the leaders have really begun to crack the code and have started to open a wide gap between themselves and their followers.”

Companies that yearn¹⁷ to follow the leaders do not lack knowledge about usability¹⁸ and customer needs, Manning said. Rather, they often suffer from poor internal coordination. “Very often, design teams and outside experts know what to do,” he said. “But they’re ordered to do the wrong thing by people who sign the checks.”

Businesses that pull ahead almost always have an executive champion who is willing to fight for continuous site improvement and customer-focused design, Manning noted.

Future So Bright

For companies trying to reinvent themselves through e-commerce, there could be a shiny vista¹⁹ ahead. Stephenson said there has been a striking improvement in profitability²⁰ for online retailers in particular.

“This is driven in large part by massive improvements in marketing efficiency,” he said. “They’ve moved away from broad mar-

keting channels to more targeted efforts.”

A good example of this effort is the leading booksellers, Manning said. “Take a retailer like Barnes & Noble. They know how customers browse for books, how they shop for that particular product. So they’ve changed their site based on that understanding.”

Emulating²¹ effective strategies will likely be a popular course of action as companies exploit their knowledge of proven online techniques and attempt to apply that wisdom to the Web. And as those who sign the checks begin to understand what must be done, perhaps even e-commerce followers can catch up to the leaders.²²

(565 words)

Notes

1. **reinvention**: *n.* [C, U] process or instance of reinventing 改造
2. **e-commerce**: *n.* [C] buying and selling goods on the Internet 电子商务 (不同上下文中也可译为“电子商业、电子贸易或电子交易”)。同/近义词为 e-business, e-trade

注意: e在当代英语中已成为一个广泛使用的前缀,表示因信息技术(information technology, IT)蓬勃发展而出现的一些新事物,如: e-book (电子图书), e-dictionary (电子词典), e-era/age/times (e时代), e-library (电子图书馆), e-mail or email (电子邮件, 伊妹儿), e-money or e-cash (电子货币, 电子现金), e-shopping (网上购物), e-signature (电子签名), e-tailer (网上零售商)。翻译这些词时对前缀e的处理要慎重,不可一味译成“电子”,有时需要译成“网上”,甚至不宜或不便译成汉字(因为现有的汉语字、词已不能涵盖、表达其英文含义,或者其英文说法本身在我们的现实生活中已广为接受)。

3. **brick(s)-and-mortar**: *adj.* [only before noun] a bricks-and-mortar business is a traditional business that does not operate on the Internet (相对于电子商务的)传统商业(形式)的

click(s)-and-mortar: *adj.* 电子商务(形式)的

bricks and mortar: *n.* [U] 房产, 不动产

注意: 在这组词的结构上, brick (砖) 和 mortar (灰泥, 灰浆) 的结