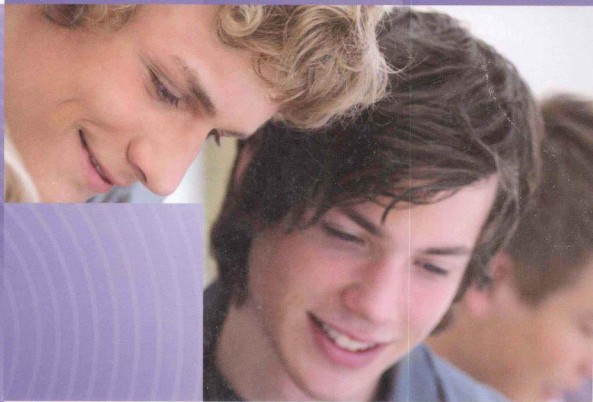


商贸汉语系列教材
Business Chinese Series



商贸汉语阅读与表达 2

Reading and Communicating

崔淑燕 编著



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

崔淑燕 编著

2

 华语教学出版社
SINOLINGUA

责任编辑: 杨 晗
英文编辑: 吴爱俊 韩芸芸
封面设计: 王薇薇

图书在版编目(CIP)数据

商贸汉语阅读与表达 2 / 崔淑燕编著. —北京: 华语教学出版社, 2013
(商贸汉语系列教材)
ISBN 978-7-5138-0363-2

I. ①商… II. ①崔… 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262648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 2

崔淑燕 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 978-7-5138-0363-2
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

目 录 Contents

第一课：初次见面

主课文：使用名片的礼仪	3
副课文一：见 面	7
副课文二：介 绍	9
课后阅读：寒 暄	14

第二课：宴请及餐桌文化

主课文：商务宴请如何点菜	19
副课文一：参加商务宴请	23
副课文二：一次成功的商务宴请案例	25
课后阅读：中餐餐桌文化	30

第三课：商务出行

主课文：网上订机票	34
副课文一：中国商务人士 2011 年出行调查	39
副课文二：商务人士易患“恐飞症”	41
课后阅读：私人飞机渐渐成为商务出行的交通工具	44

第四课：出 行

主课文：绿色出行	49
副课文一：北京机动车保有量破“五”不意味着更“堵”	53
副课文二：机动车限行是否治堵良策？	55
课后阅读：出游如何选择适当的交通工具	60

第五课：购 物

主课文：网上购物	64
副课文一：分期付款买家电 利息手续费全免	69

副课文二：网络购物跻身中国主流消费模式	72
课后阅读：网上如何购物最放心 提升网上购物效率	76
第六课：实用阅读	
短 信	79
招聘启事	79
产品说明	80
转让启事	81
网 页	81
电子邮件	82
工作日历	83
图 表	84
车站牌	85
航班时刻表	85
第一～六课测试题	89
第七课：商务住宿	
主课文：旅游者和商务人士热衷于异地订房	100
副课文一：酒店上网“五星级”收费 商务人士抱怨上网费昂贵	104
副课文二：酒店应满足客户个性化需求	107
课后阅读：商务人士不住酒店 住酒店式公寓	111
第八课：租房与买房	
主课文：短 租	116
副课文一：不同人群如何置业？	120
副课文二：外国人在中国购房	122
课后阅读：轻松购房五步曲	126

第九课：商务人士	
主课文：高端商务人士调查	131
副课文一：CTR 发布 2010 “中国商务人士调查 (CBES)” 最新结果	136
副课文二：养生：生活在别处的商务人士	139
课后阅读：职业社交网站日益受商务人士青睐	145
第十课：商务文化	
主课文：温州人何以创造了令世人惊讶的奇迹？	150
副课文一：商务送礼四原则	154
副课文二：颜色的文化含义	156
课后阅读：中国现代商帮	160
第十一课：商务社交礼仪	
主课文：与客户交往和沟通的技巧	165
副课文一：商务交往中祝贺的礼仪	170
副课文二：感谢他人的礼仪	172
课后阅读：商务人士的电话礼仪	177
第十二课：商务谈判	
主课文：双赢的谈判	182
副课文一：中日索赔谈判中的议价沟通与说服	186
副课文二：商务谈判案例阅读	190
课后阅读：销售谈判技巧——时间压力策略	195
第七~十二课测试题	198
部分练习参考答案	207
生词表	212

第一课

初次见面

热身话题

1. 在商务活动中，什么时候交换名片合适？
2. 呈递名片时应注意什么？
3. 初次见面时应注意些什么？
4. 怎样介绍自己和别人？

生词

致谢	zhìxiè	动词	say thanks to
请求	qǐngqiú	动词	ask for; request
以便	yǐbiàn	连词	in order to; so that
名片夹	míngpiànjiǎ	名词	business card holder
以	yǐ	连词	in order to
推销	tuīxiāo	动词	promote sales
立刻	lìkè	副词	at once; immediately
随意	suíyì	副词	at will
把握	bǎwò	名词	assurance, certainty
拜访	bàifǎng	动词	pay a visit
请柬	qǐngjiǎn	名词	(a card of) invitation
赠送	zèngsòng	动词	present as a gift
致意	zhìyì	动词	present one's compliments
失礼	shīlǐ	动词	commit a breach of etiquette

主课文

使用名片的礼仪

初次相识，往往要互递名片。递名片可在交流前或交流结束、临别之际，可视具体情况而定。递接名片时最好用双手，名片的正面应朝着对方；接过对方的名片后应致谢。一般不要伸手向别人要名片，必须要名片时应以请求的口气，如“您方便的话，请给我一张名片，以便日后联系。”下面是商务活动中有关名片的一些小知识：

1) 初次见到顾客，首先要以亲切的态度打招呼，并报上自己的公司名称，然后将名片递给对方，名片夹应放在西装的内袋里，不应从裤子口袋里掏出。

① 递名片时，名片的正面应对着对方、名字向着顾客，最好拿名片的下端，让顾客容易接受。

② 如果是事先约好才去的，顾客已对你有一定了解，或有人介绍，就可以在打招呼后直接面谈，在面谈过程中或临别时，再拿出名片递给对方。以加深印象，并表示保持联系的诚意。

③ 异地推销，名片上留下所住旅馆名称、电话，对方递给名片时，应该用左手接。但是右手应立刻伸出来，两手一起拿着名片。

④ 接过后要点头致谢，不要马上收起来，也不应随意玩弄和摆放，而是认真读一遍，要注意对方的姓名、职务、职称，并轻读不出声，以表示敬重。对没有把握念对的姓名，可以请教一下对方，然后将名片放入自己的口袋或手提包、名片夹中。

2) 名片除在面谈时使用外, 还有其他一些用处。

① 去拜访顾客时, 对方不在, 可将名片留下, 顾客回来后看到名片, 就知道你来了;

② 把写有时间、地点的名片装入信封发出, 可以代表正式请求, 又比口头或电话邀请显得正式;

③ 向顾客赠送小礼物, 如果让人转交, 那么随带名片一张, 顺便写几句祝贺的话, 这样关系又进了一步;

④ 熟悉的顾客家中发生了大事, 不方便当面致意, 寄出名片一张, 省时省事, 又不失礼。

(引自伊秀女性网, 2008年3月6日, 原文有删改。)

关键句式

1. 递名片可在交流前或交流结束、临别之际, 可视具体情况而定。

说明:

临 means “be going to (do sth)”, which is often followed by a verb. 临 ... 之际 means “the moment of going to do sth”.

例句:

◇ 正当一年一度的圣诞节临近之际, 几家美国最大的公司本周相继宣布裁减数以万计的雇员。

◇ 临别之际, 马克还恋恋不舍。

◇ 爸爸在临终之际, 嘱咐我们给他穿上军装, 把他的骨灰送回生他、养他的地方。

2. 递名片可在交流前或交流结束、临别之际, 可视具体情况而定。

说明:

视 means “look”. 视 ... 而定 means “make a decision according to the specific circumstances”.

例句:

- ◇ 新闻的前后次序视其重要程度而定, 并没有如“先国内后国际”之类的框框。
- ◇ 只有 30% 的企业可以继续生存下去, 40% 将关闭, 其余要视资金情况而定。
- ◇ 至于下一步是否继续降低利率, 还要视经济发展情况而定。

3. 您方便的话, 请给我一张名片, 以便日后联系。

说明:

以便 is a conjunction, meaning “in order that”, “so that”.

例句:

- ◇ 我必须想办法先挣点钱, 以便能够在北京待下去。
- ◇ 在乘车途中发现有人言行异常, 应立即向工作人员报告, 以便及时采取措施。
- ◇ 中方希望有关各方继续表现出灵活和诚意, 以便使六方会谈的进程有成效地进行下去。

背景链接

名片

名片的作用就是要表现自己或自己的公司, 从而来推销自己和自己的公司, 让对方留下深刻的印象, 以增加将来的商机。名片设计包含的主要内容有:

姓名, 最重要的一部分, 名片的名字可以选择艺术字体, 也可以选择自己的签名、印章等等。

公司名称, 商务名片中不可缺少的一部分。

公司标志, 即英文中的 LOGO, 也可以印刷公司商标, 是品牌形象的

重要表现。

联系方式，必要的一部分，手机、电话、邮箱、传真、网址等，可以全部选择。

职务，根据您的需要或所在公司的职务来印刷，让名片的接收者直接了解你在公司负责什么，也有不印刷职务的情况，另外可以印上一些社会团体的头衔，如××会长，××委员，××顾问等。

名片实物



练习

一、选词填空

以便 临 把握 立刻 致意 失礼 请求 以 赠送

1. 我必须想办法先挣点钱，_____在北京能待下去。
2. 握手时应注视对方的眼睛，并微笑。不注视对方是_____的行为。
3. 他想请假三天回家照顾生病的母亲，我同意了他的_____。
4. 对于能否在 NBA 取得成功，他没有_____。
5. 她向大家_____后开始了自己的演说。
6. 现在每次等火车时，他都记得带上一本书，_____打发漫长的等待时间。
7. 圣诞节是西方人家庭团聚的节日，家人互相_____礼物，孩子们最高兴。
8. 听说香港城要开业了，他_____租下一家店铺，经营手表和银器。
9. _____下车时，那女孩给了我一个手机号，让我常跟她联系。

二、根据课文内容判断正误

1. 名片不应该放在裤子口袋里。 ()
2. 接到对方的名片后要马上收起来。 ()
3. 接到对方的名片时应大声地读一遍再收起来。 ()
4. 递接名片时最好用左手。 ()
5. 名片只有面谈时才有用。 ()
6. 如果有人介绍就不用互递名片了。 ()

三、根据课文内容回答问题

1. 人们一般什么时候递名片?
2. 如果想跟别人要名片, 可以怎么做?
3. 在商务活动中, 应怎样递接名片?
4. 初次见到顾客, 应怎样递名片?
5. 除了面谈时要递名片, 还有什么时候会用到名片?

副课文一

见 面

由于自然环境、经济状况和文化传统的不同, 世界上不同的国家、地区和民族具有千差万别的文化传统和风俗习惯。风俗习惯不同, 对礼节的要求也就不同。不同国家的人们在见面时的礼节就大不相同。

在德国, 人们见面或者离开的时候握手, 但是在英国, 通常只有在初次遇见某人时才握手。在马来西亚、缅甸和非洲的一些地方, 忌用左手

与别人握手，因为他们认为左手是低下的、不洁净的。在美国，即使第一次与某人见面，也不一定要与他握手，可以笑一笑，说一声“Hi!”或“Hello!”就可以。然而在法国、意大利、俄罗斯和阿拉伯国家，人们初次见面的礼节是拥抱而不是握手。一般来讲，妇女在与他人相遇而握手时不必把手套脱掉。

在中东，人们初次见面时，给人送礼可能会被认为是行贿，而且切忌把旧的物品和酒作为礼品送给别人。赠送礼品也必须在公共场合进行，以证明那不是贿赂。在拉丁美洲，不要送刀具，因为这会暗示你想要和人断绝关系。在沙特阿拉伯，不要赠送食品或者饮料，因为这会暗示你认为主人没有提供足够的食物和饮品。在中国，不要赠送钟表，因为汉语中的“钟”字与表示死亡的“终”字谐音。

在印度，“随时来”意即“我希望你拜访我”。如果你不立刻提出时间安排一次拜访，人家就会认为你拒绝邀请。但是，如果一个英国人说“随时来”，而如果你开始安排拜访日期，他们会认为你不礼貌。

在欧洲的瑞典、挪威、丹麦和英国，和对方谈话时，相互间的距离应保持在一米左右，否则就会被认为是不礼貌的。同样是在欧洲，意大利人在与对方谈话时几乎是靠在一起的，彼此之间的距离只有30—40厘米。美国人在谈话时，喜欢做手势，谈话双方的理想距离大约是50厘米。若两个人靠得太近，心里就会觉得不舒服。

(引自新浪教育，2009年3月18日，原文有删改。)

根据课文内容选择正确答案

1. 无论见面还是离开都要握手的国家是

A 德国

B 英国

C 美国

D 法国

2. 下面哪个国家初次见面不握手而是拥抱

A 美国

B 意大利