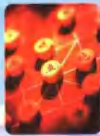


海外商务汉语教材系列

Series of Chinese Textbooks for International Business

# 经贸汉语

中级



梁 轱 王庆云 编著



北京语言大学出版社  
BEIJING LANGUAGE AND CULTURE  
UNIVERSITY PRESS

海外视角商务汉语教材系列

Business Chinese Textbooks from an International Perspective

# 经贸汉语

中级



梁 镛 王庆云 编著



北京语言大学出版社  
BEIJING LANGUAGE AND CULTURE  
UNIVERSITY PRESS

(京)新登字 157 号

图书在版编目 (CIP) 数据

经贸汉语(中级) / 梁镛, 王庆云编著.

—北京: 北京语言大学出版社, 2006

(海外视角商务汉语教材系列)

ISBN 7-5619-1578-0

I. 经…

II. ①梁… ②王…

III. 经济—汉语—对外汉语教学—教材

IV. H195.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 008328 号

---

书 名: 经贸汉语(中级)

责任印制: 乔学军

---

出版发行: 北京语言大学出版社

社 址: 北京市海淀区学院路 15 号 邮政编码: 100083

网 址: www.blcup.com

电 话: 发行部 82303650 / 3591 / 3651

编辑部 82303647

读者服务部 82303653 / 3908

印 刷: 北京中科印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

---

版 次: 2006 年 6 月第 1 版 2006 年 6 月第 1 次印刷

开 本: 889 毫米×1194 毫米 1/16 印张: 15.25

字 数: 331 千字 印数: 1-3000 册

书 号: ISBN 7-5619-1578-0 / H·06004

定 价: 46.00 元

---

凡有印装质量问题, 本社负责调换, 电话: 82303590

## 前言

20世纪90年代以来,全球再度兴起的“汉语热”持续升温,且“热浪”分布的地域范围越来越广,参与的人数越来越多。可以说,中国经济在世界经济全球化中作用力的进一步加强,是这一轮世界性“汉语热”得以持续、广泛升温的十分凸显的动力背景。

当今世界,经济活动已经渗透于社会、政治、文化乃至人们日常生活的各个领域。尤其在国际关系中,完全不懂经济、不掌握经济语言的人难以参与交流与合作。无论是来华留学生还是世界各地成千上万的海外汉语学习者,他们在“学成”之后大部分都会直接从事经济领域的工作。即使不直接从事经济活动的人,也免不了要关注和讨论经济问题。

本教材的宗旨,就是将学习汉语与学习经济知识和中国经济概况二者统一起来。为此,本教材的编写特别强调语言和专业相结合,经济管理知识和国情文化背景相结合,学术性和趣味性相结合,语言知识和语言技能相结合,以事半功倍的效果提高学生在经济领域中掌握和使用汉语的能力。

本教材紧密联系经济运作和企业管理的实际,在教材的设计和编写过程中,我们充分听取了经济管理专家的意见,并对中外经济合作的主要领域和工作任务作了详尽的调查,力求做到选题准确,专业到位,信息可靠。

本教材分专题编写,每课一个专题,内容基本涵盖了中国经济生活,特别是外商在华投资的主要领域,其中包括:经济国情、投资环境、企业管理、人力资源、市场调研、营销策略、国际贸易、企业文化等。围绕这些专题,为学生提供经济管理方面的基础知识、专业术语和典型语境。同时,教材还特别考虑到了外商在中国投资比较集中的行业,如汽车、通信、化工、环保、计算机、家用电器、日用化学品等。

本教材的选材注意不同的篇章种类,既有专业文章,也有普及类文章;既有源于实践的案例分析,也有结合时事的经济新闻报道;既有书面写作,也有网络信息。此外,还收取了经济运作和企业管理方面的一些典型的语篇,如外贸洽谈、产品演示、问卷调查、求职面试等,以互动练习的方式出现,在使学生熟悉典型语境的同时,提高他们运用专业语言解决实际问题的能力。

本教材重视提高学生的跨文化交际能力，相当数量的课文和练习需要学生将中国的经济和工商管理方式与本国的经济体制和经济行为加以比较，以增加学生对两国经济关系异同点的认识。课文的选题也注意到了不同文化的不同视角，其中有中国企业管理人员的讲述，有外国企业人员与中国伙伴的合作；有外国投资者对中国投资环境的评价，也有中国政府官员的宏观介绍，等等。

全书共十课。每课分五个单元，分别是精读、阅读、写作、互动练习、综合练习。精读单元通常是一篇有关企业经济或工商管理专题的核心文章，同时配有相关的背景资料，以加深对该课主题的理解。阅读单元是精读内容的延伸和扩展，除了语言上生词的重现以及相关知识点的衔接，这部分的内容尤其注重与现实生活的贴切性，同时注重形式上的生动性和趣味性。写作单元提供给学生最常用的商务类应用文例文及其写作知识，使学生初步掌握此类文章的常用词语以及书写格式，并设计具体情景，使学生能在教师的指导下，用中文开展简单的商务应用文写作实践。互动练习单元是对常用经贸语言的操练，提供了常用句式和词语。每课最后的综合练习部分，是重点词语和语法现象的口语和书面练习，目的是对主题内容及其知识点、语言点进行全面的巩固和扩展运用。

关于本教材的使用，有以下几点建议和说明：

一、本教材适用于中高级汉语进修生和本科二年级以上的外国留学生，同样也适用于汉语培训班或海外大学具有相应汉语水平的学生。在教学安排上，建议课时为每周4~6节（按每学期16教学周计算）。

二、教材强调词、句、语段、篇章的训练。为了使学生在学习教材的同时更为系统地掌握汉语的常用句式，教材中列出句式讲解50个左右，每个句式都有语义、语用说明和例句，学生通过课堂学习和课外练习，可以学会正确地运用这些句式进行适当的表达。

三、教材中出现生词700个左右，大部分是《汉语水平词汇大纲（高等）》的丙、丁级词，部分是近年出现的反映经济生活新事物的词语。每个生词后都注有拼音、词性和英文翻译，便于学生自学掌握。

四、本教材强调学生的自主学习和主观能动的课堂参与。课文在“指定”学生“输入”一定的基本知识的同时，也给学生提供了充足的表述与扩展的“输出”空间。为此，每个单元后面都配备了大量的练习，通过个人思考、小组讨论、网上调查、班级演示等形式，使学生能在课堂教学之外，开展实践性学习。在练习作业的引导下，或观察、思考、讨论，或阅读、倾听、调研，并进一步在上课下课下进行转述、讨论、交流，以提高学生用汉语成段、系统表达观点和思想的能力。

五、每课综合练习的“听写”练习，任课教师可以根据学生情况决定每课的生词、短语、句子等听写内容。

六、为方便学生学习，每课课文单元的核心课文、生词、部分互动单元对话配有录音CD，附在书后，与图书一同定价销售。

教材的编写，得到了对外汉语教学界和工商管理专业不少同仁的指点和帮助。初稿完成后，曾先后在德国康斯坦茨应用技术大学亚洲经贸语言系和特里尔大学汉学系使用，学生们对教材内容与形式的强烈兴趣也是我们编写出版这部教材的最大动力。本教材的出版还得到了北京语言大学出版社的大力支持。在此一并致以谢意。

本教材选用、改写了一些报刊、网站等媒体的文章，因时间关系，未能与原文作者一一联系上，在此表示深深的歉意，希望原文作者与我们或出版社联系。

编 者

## 总目

### 第一课 走进中国

001

|    |                    |
|----|--------------------|
| 主题 | 了解中国—中国国情数据—中国经济信息 |
| 衔接 | 中欧经贸关系—中国发展与世界经济   |
| 案例 | 中国的汽车市场            |
| 练习 | 写作:邀请信—互动:接待来访代表团  |

### 第二课 投资中国

023

|    |                                    |
|----|------------------------------------|
| 主题 | 外商投资的法律形式—跨国公司投资中国—中国进出口公司         |
| 衔接 | 中国 IT 产业利用外资的四个阶段—联想收购 IBM 的 PC 业务 |
| 案例 | 柯达胶卷的成功投资战略                        |
| 练习 | 写作:介绍信—互动:投资咨询公司访谈                 |

### 第三课 投资环境

045

|    |                                       |
|----|---------------------------------------|
| 主题 | 经济特区和经济开发区—中国投资环境的现状与未来—中国有关外商投资的法律法规 |
| 衔接 | 跨国公司与资本本土化—APEC 合作与中国西部开发             |
| 案例 | 巴斯夫在中国                                |
| 练习 | 写作:感谢信—互动:考察开发区                       |

### 第四课 投资战略

067

|    |                                 |
|----|---------------------------------|
| 主题 | 跨国公司投资战略的调整—“三星”——从制造中心到市场和品牌中心 |
| 衔接 | 摩托罗拉深化“四大战略”—丰田“亡羊补牢”           |
| 案例 | 诺基亚在中国                          |
| 练习 | 写作:欢迎词与欢送词—互动:价格谈判              |

### 第五课 企业管理

089

|    |                                    |
|----|------------------------------------|
| 主题 | 中外合资企业的组织形式—合资企业总经理的任务—海尔集团的核心管理体系 |
| 衔接 | 文化背景,《老子》与企业管理之道—经理人员的工作日程安排—外国老板  |
| 案例 | 零售业巨头沃尔玛的物流管理                      |
| 练习 | 写作:意向书—互动:与企业家谈管理                  |

|    |                       |
|----|-----------------------|
| 主题 | 人力资源管理—中国外资企业薪酬调查     |
| 衔接 | 大型国企人才需求—跨国公司的人才本土化政策 |
| 案例 | 著名跨国公司在中國的人力资源管理      |
| 练习 | 写作:求职信—互动:面试          |

## 第七课 市场

|    |                             |
|----|-----------------------------|
| 主题 | 市场调查与研究—中国农村家电市场潜力调查与分析     |
| 衔接 | 欧莱雅领先中国化妆品市场—问卷调查:“消费者名牌意识” |
| 案例 | 美国宝洁公司的品牌战略                 |
| 练习 | 写作:祝贺信—互动:市场定位与产品销售         |

## 第八课 营销

|    |                       |
|----|-----------------------|
| 主题 | 营销组合—电子邮件营销           |
| 衔接 | 广告与营销—西门子手机的营销战略和广告宣传 |
| 案例 | 现代广告与营销               |
| 练习 | 写作:备忘录—互动:商品命名        |

## 第九课 外贸

|    |                             |
|----|-----------------------------|
| 主题 | 中国外贸—国际贸易合同的商定和履行—中国商人的谈判风格 |
| 衔接 | 世贸组织—广交会                    |
| 案例 | 中国外贸透视                      |
| 练习 | 写作:建立进出口业务关系—互动:贸易谈判        |

## 第十课 企业文化

|    |                                 |
|----|---------------------------------|
| 主题 | 企业文化的内涵与作用—跨文化企业管理              |
| 衔接 | 海尔、联想、TCL的企业文化建设—中国企业跨国经营的跨文化问题 |
| 案例 | 必胜客的文化定位                        |
| 练习 | 写作:导游词—互动:跨文化培训                 |





# 走进中国



## 1

## 走进中国

|      |      |                         |                  |    |
|------|------|-------------------------|------------------|----|
| 精读单元 | 1.1  | 核心课文：中外企业家谈中国与世界经济      | 3                |    |
|      | 1.2  | 背景资料：（一）中国经济国情数据        | 4                |    |
|      |      |                         | （二）中国政府机构一览      | 5  |
|      |      |                         | （三）外商在华投资管理和服务机构 | 5  |
|      |      | 生词表                     | 6                |    |
|      |      | 课文词语、句式例解               | 7                |    |
|      |      | 练习                      | 8                |    |
|      | 阅读单元 | 1.3                     | 专题报道：中欧经贸关系      | 10 |
| 1.4  |      | 案例分析：中国的汽车市场            | 11               |    |
| 1.5  |      | 报刊选读：中国发展与世界经济：合作·和谐·共赢 | 12               |    |
|      |      | 生词表                     | 13               |    |
|      |      | 练习                      | 14               |    |
| 写作单元 |      | 邀请信：例文 指导               | 17               |    |
|      |      | 练习                      | 18               |    |
| 互动练习 |      | 代表团来访                   | 19               |    |
| 综合练习 |      |                         | 20               |    |

### 1.1 核心课文

#### 中外企业家谈中国与世界经济

在世界经济中，中国有两样东西非常突出：第一个是13亿人口和过去20年年均9%的经济增长；第二个是中国巨大的劳动力资源。这两个特点使中国在劳动密集型的工业生产方面具有最佳的竞争力，这也将成为中国参与国际竞争的起点。

（李立红、蔡久斌，2001年4月27日《中国经营报》）

皮埃尔博士（德国西门子公司前董事长）

中国不仅是亚太地区最大的、而且也是世界上目前增长最快的市场。由于中国的经商环境正处于迅速、持续的变化之中，同时也由于中国有着特殊的文化背景，所以我们有必要深入地了解中国、中国人和中国的经济。

张瑞敏（中国海尔集团首席执行官）

对于中国公司来说，不是我们要不要走向世界的问题，而是世界正在走向我们。在世界五百强中的著名家电企业都已经在中国设立了公司或工厂。我们只有主动到国际市场上去参与竞争，才能在进入WTO以后经受住所有的考验。

1.2 背景资料

背景资料 (一)

中国经济国情数据

- 中国的国土面积为 • 960 万平方公里
- 中国的人口 • 13 亿
- 中国是个多民族国家, 共有 • 56 个民族
- 按行政区域划分, 中国有
  - 23 个省
  - 5 个自治区
  - 4 个直辖市
  - 两个特别行政区
- 中国的中央直辖市是
  - 北京, 人口为 1128 万
  - 上海, 人口为 1674 万
  - 天津, 人口为 924 万
  - 重庆, 人口为 3090 万
- 2005 年, 中国大陆国内生产总值 (GDP) 最高的省份/城市是
  - 广东省, 21701.28 亿元
  - 山东省, 18468.30 亿元
  - 江苏省, 18272.12 亿元
  - 浙江省, 13365 亿元
  - 河南省, 10535.2 亿元
- 至 2005 年底, 中国大陆的外汇储备为 • 8189 亿美元
- 2004 年, 中国大陆吸引外资最多的省份/城市是
  - 广东省, 113.3400 亿美元
  - 江苏省, 101.8960 亿美元
  - 上海市, 42.7229 亿美元

## 背景资料 (二)

## 中国政府机构一览

| 国务院        |       |              |
|------------|-------|--------------|
| 外交部        | 国防部   | 教育部          |
| 公安部        | 人事部   | 监察部          |
| 民政部        | 司法部   | 财政部          |
| 铁道部        | 交通部   | 商务部          |
| 水利部        | 农业部   | 文化部          |
| 卫生部        | 审计署   | 建设部          |
| 国家发展和改革委员会 | 科学技术部 | 国防科学技术工业委员会  |
| 国家民族事务委员会  | 国家安全部 | 劳动和社会保障部     |
| 国土资源部      | 信息产业部 | 国家人口和计划生育委员会 |
| 中国人民银行     |       |              |

## 背景资料 (三)

## 外商在华投资管理和服务机构

中央：商务部

地方：(以河北省为例)

河北省招商局

河北省计划委员会

河北省经济贸易委员会

河北省对外经济贸易合作厅

河北省人民政府口岸办公室

河北省工商行政管理局

河北省国税局

河北省土地管理局

河北省人民政府外事办公室

河北省财政厅

河北省劳动厅

河北省进出口商品检验局

石家庄海关

秦皇岛海关

中国人民银行河北省分行

中国银行河北省分行

中国工商银行河北省分行

中国人民建设银行河北省分行

中国农业银行河北省分行

中国交通银行石家庄分行

国家外汇管理局河北分局

中国人民保险公司河北分公司

河北省外汇调剂中心

河北省外商投资企业协会

河北省外商投资企业物资供应公司

河北省涉外经济律师事务所

河北省人才交流服务中心

中国国际贸易促进委员会河北分会

## 生词表

|    |        |                           |       |  |     |
|----|--------|---------------------------|-------|--|-----|
| 1  | 突出     | tūchū                     | (动、形) | to protrude; outstanding, remarkable               | 1.1 |
| 2  | 年均     | nián jūn                  |       | per annum  | 1.1 |
| 3  | 增长     | zēngzhǎng                 | (动)   | increases; grow                                    | 1.1 |
| 4  | 劳动力    | láodònglì                 | (名)   | labor force  | 1.1 |
| 5  | 资源     | zīyuán                    | (名)   | resources  | 1.1 |
| 6  | 劳动密集型  | láodòngmìjítíng           | (形)   | labor-intensive                                    | 1.1 |
| 7  | 最佳     | zuì jiā                   |       | best   | 1.1 |
| 8  | 竞争力    | jìngzhēnglì               | (名)   | competitiveness                                    | 1.1 |
| 9  | 参与     | cānyù                     | (动)   | take part in; participate                          | 1.1 |
| 10 | 竞争     | jìngzhēng                 | (动)   | compete; competition                               | 1.1 |
| 11 | 起点     | qǐdiǎn                    | (名)   | starting point                                     | 1.1 |
| 12 | 亚太地区   | Yà-Tài dìqū               |       | Asia-Pacific region                                | 1.1 |
| 13 | 持续     | chíxù                     | (形、副) | continuous; incessant                              | 1.1 |
| 14 | 特殊     | tèshū                     | (形)   | special; unusual                                   | 1.1 |
| 15 | 背景     | bèijǐng                   | (名)   | background   | 1.1 |
| 16 | 深入     | shēnrù                    | (副、形) | thoroughly; deepgoing                              | 1.1 |
| 17 | 家电     | jiādiàn                   | (名)   | household electrical appliances                    | 1.1 |
| 18 | 设立     | shèlì                     | (动)   | establish; set up                                  | 1.1 |
| 19 | 经受     | jīngshòu                  | (动)   | undergo; experience                                | 1.1 |
| 20 | 考验     | kǎoyàn                    | (动、名) | test; trial  | 1.1 |
| 21 | 面积     | miànjī                    | (名)   | area   | 1.2 |
| 22 | 按      | àn                        | (介)   | according to                                       | 1.2 |
| 23 | 行政区域   | xíngzhèng qūyù            |       | administrative district                            | 1.2 |
| 24 | 划分     | huàfēn                    | (动)   | divide   | 1.2 |
| 25 | 自治区    | zìzhìqū                   | (名)   | autonomous region                                  | 1.2 |
| 26 | 直辖市    | zhíxíáshì                 | (名)   | municipality directly under the Central Government | 1.2 |
| 27 | 吸引     | xīyǐn                     | (动)   | attract  | 1.2 |
| 28 | 国内生产总值 | guó nèi shēngchǎn zǒngzhí |       | GDP (Gross Domestic Product)                       | 1.2 |
| 29 | 外汇储备   | wàihuì chūbèi             |       | foreign exchange reserve                           | 1.2 |

## 课文词语、句式例解

① 中国不仅是亚太地区最大的、而且也是世界上目前增长最快的市场。

“不仅……而且……”是典型的递进复句，“不仅”和“而且、还、也”等搭配，表示后面的意思比前面更进一层。

- (1) 现在不仅中国东部地区的经济有了很大的发展，原来较落后的中西部地区也走上了繁荣发展的道路。
- (2) 在中国，不但有大量的外资企业，而且众多的中国企业也开始走出国门，到国外投资发展。

② 由于中国的经商环境正处于迅速、持续的变化之中，同时也由于中国有着特殊的文化背景，所以我们有必要深入地了解中国、中国人和中国的经济。

“由于……也由于……所以……”是一个表示因果关系的句子，“由于”、“也由于”表示有两个方面的原因，“所以”后面的句子表示结果。

- (1) 由于喜欢上网聊天，也由于无事可做，所以上网就成了我大学期间最疯狂的事情。
- (2) 由于离市区太远，生活不太方便，也由于离电厂太近，污染比较严重，这个房产项目一直卖得不好。

③ 对于中国公司来说，不是我们要不要走向世界的问题，而是世界正在走向我们。

“不是……而是……”连接前后两个句子，形成肯定与否定的对比，表示转折。

- (1) 现代人缺的不是营养，而是均衡。
- (2) 旅行不是去看别人的生活，而是认识自己的生活；可以使我们跳出固有的生活模式，换个角度看自己，换个角度看生活。

④ 我们只有主动到国际市场上去竞争，才能在进入 WTO 以后经受住所有的考验。

“只有……才能……”表示必须具备某种条件，才有可能获得某种结果。

- (1) 经验告诉我们，只有保护好环境，才能持续发展。
- (2) 只有让中国的品牌有更高的专业标准，中国才能尽快由商品出口国变为品牌产品出口国。

## 练习

### 一、讨论：中外合作

1. 为什么要深入地了解中国和中国的经济？

---

---

---

---

---

---

---

---

2. 中国的国民经济有哪两个显著特点？

---

---

---

---

---

---

---

---

3. 为什么中国企业需要到国际市场上去参与竞争？

---

---

---

---

---

---

---

---

4. 你认为在哪些行业，中国企业最具有竞争力？

---

---

---

---

---

---

---

---

5. 你认为中国国情最大的特点是什么？

---

---

---

---

---

---

---

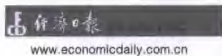
---



## 二、经济信息查询

请自选一个网站，查询一条最新的中国经济信息，并在班上介绍。

网上调查



## 三、经济信息解说

邮电业务基本情况

| 项目       | 单位 | 2000年   | 2001年   | 2002年    | 2003年   | 2004年   |
|----------|----|---------|---------|----------|---------|---------|
| 特快专递     | 万件 | 11031.4 | 12652.7 | 14036.20 | 17237.8 | 19772.0 |
| 移动电话用户   | 万户 | 8453.3  | 14522.0 | 20600.50 | 26995.3 | 33482.4 |
| 本地电话年末用户 | 万户 | 14485.0 | 18036.8 | 21422.20 | 26274.7 | 31244.3 |
| 城市电话用户   | 万户 | 9311.6  | 11193.7 | 13579.10 | 17109.7 | 21084.8 |
| 乡村电话用户   | 万户 | 5171.3  | 6843.1  | 7843.10  | 9165.0  | 10159.5 |

(资料来源：中国网)

请用自己的话简单讲解上面的图表。

