



北京市高等教育精品教材立项项目

北大版新一代对外汉语教材·口语教程系列

高级汉语口语

(第二版)

刘元满 任雪梅 金舒年 编著

by Liu Yuanman Ren Xuemei Jin Shunian

HANYU KOUYU

Advanced
Spoken Chinese

(Second Edition)



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS





HANYU KOUYU

高级汉语口语 (第二版)

Advanced Spoken Chinese

内容介绍

★本教材(第二版)所选生词主要以国家对外汉语教学领导小组办公室公布的《汉语水平词汇与汉字等级大纲》中丁级词汇为主,同时收入了一些用法较多、易于混淆的丙级词以及部分常用的成语。

★本册新版教材分为四个单元,共有12课课文,每课字数控制在1800字左右,生词控制在35个左右。各单元之间插入一个与口语相关的知识介绍,目的是帮助学生扩大知识面,加深对汉语口语的认识和了解。

★本册新版教材保留了原教材的部分话题,人物关系更为集中,人物语言特点更突出其得体性,大多数课文内容彻底更新。课文以一个典型的中国家庭为主线,以类似剧本的形式展开故事情节,内容涉及中国家庭和中国社会的多个侧面。书中所选的情景和出现的人物在注重典型性的同时也注意了广泛性,尽量赋予每个人物不同的性格、背景、经历和不同的语言风格,对话力求生动、自然、得体,符合人物的身份。学习者可以随着教材中的人物走进中国家庭,融入中国社会,以便达到加深对中国的了解,学到真正地道的口头语言的目的。

★本册新版教材在练习的设计上突出了实用性,增强输入和输出训练,以成段表达的训练为中心,循序渐进地安排了相当数量的叙述、转述、讲座和辩论题,以切实提高学生大段地连贯自如地表达的能力。新版增加了一项训练句式的表达的练习。练习分为三部分,“课文部分”主要是课文内容的理解和课文词语的运用;“句式部分”选择课文中出现的较为复杂的句式,从语言结构角度进行训练;而“讨论与调查”着重训练成段表达,让学生有充分发挥的余地。

★本教材配有CD,由北京大学音像出版社出版。

ISBN 7-301-06635-X



9 787301 066355 >

责任编辑:沈浦娜
内文插图:实现阳光
封面设计:博书堂设计工作室



电话: 84832208
邮箱: boshutang@vip.sina.com

ISBN 7-301-06635-X/H · 0914

定价: 34.00元



北京市高等教育精品教材立项项目

北大版新一代对外汉语教材·口语教程系列

高级汉语口语 (第二版)

2

Advanced Spoken Chinese

刘元满 任雪梅 金舒年 编著

by Liu Yuanman Ren Xuemei Jin Shunian



(Second Edition)

HANYU KOUYU



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

高级汉语口语.2 / 刘元满,任雪梅,金舒年编著. —2 版. — 北京:北京大学出版社, 2004.9
(北大版新一代对外汉语教材·口语教程系列)

ISBN 7-301-06635-X

I. 高… II. ①刘… ②任… ③金… III. 汉语-口语-对外汉语教学-教材 IV. H195.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 097981 号

书 名: 高级汉语口语(2)(第二版)

著作责任者: 刘元满 任雪梅 金舒年 编著

责任编辑: 沈浦娜

内文插图: 实现阳光

标准书号: ISBN 7-301-06635-X/H·0914

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62753334

电子邮箱: spn@pup.pku.edu.cn

排 版 者: 北京华伦图文制作中心

印 刷 者: 涿州市星河印刷有限公司

经 销 者: 新华书店

787毫米×1092毫米 16开本 11.5印张 294千字

1997年9月第1版(总第10次印刷)

2004年9月第2版 2004年9月第1次印刷

定 价: 34.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,翻版必究

第二版说明



《高等学校外国留学生汉语教学大纲》对初等、中等、高等阶段的听、说、读、写、译各方面都提出了明确要求,其中高等阶段的学生在“说”的方面的要求是:“能就社会生活中的一般话题较为流利地进行对话或讲话,能较系统地、完整地表达自己的思想感情,有较强的成篇表达的能力。语音语调正确,语气变化适当,语速正常,语句连贯;用词基本恰当,能用较为复杂的词汇和句式,有一定的活用语言的能力,表达比较得体。”达到这一目标,既要学生会学,也要教师会教。一本实用、顺手的教材,无论是对教师还是对学生,都会起到十分重要的作用,甚至是决定性作用。

1997年汉语口语系列教材中的《高级汉语口语》(上)出版以来,得到众多使用者的关心和厚爱。时代在发展变化,教材的内容也必须与时俱进,编者原班人马在保留原来教材主要特色的基础上重新进行了构思和编写。

与旧版相比,我们在以下方面进行了尝试。

由于原来课文较长,生词较多,而实际授课学时又很有限,以致教材一些内容未能得以充分利用;同时由于高级水平的学习者越来越多,需要进一步划分教学层次,因此改版后将上册扩展为《高级汉语口语》第1、2册,原来的《高级汉语口语》(下)命名为《高级汉语口语》提高篇。

第1、2两册各有12课,课文字数平均为1800字左右,生词控制在35个左右,以《汉语水平词汇与汉字等级大纲》中的丁级词为主,同时收入了一些用法较多、易于混淆的丙级词以及部分常用的成语。每课的编排适合6至8学时使用。

第二版保留了原教材的部分话题,人物关系更为集中,人物语言更突出得体性,大多数课文内容彻底更新。在注重场景、人物典型性的同时还注意了广泛性,尽量赋予人物不同的性格、背景、经历和不同的语言风格,表达力求生动、自然、得体。学习者可以加深对中国社会的了解,达到学习地道口头语言的目的。

每册分为四个单元,各单元之间插入一个与口语相关的知识介绍,目的是帮助学生扩大知识面,加深对汉语口语的认识和了解。

课文内容虽然突出了文化色彩,但仍然以语言训练为宗旨,第1、2册增加了“热身话题”及“句式与表达”的练习。为了达到大纲所提出的要求,本书在练习的设计上突出了实用性,以成段表达的训练为中心,循序渐进地安排了相当



数量的叙述、讨论和调查题,以切实提高学生大段地、连贯自如地表达的能力。教师可视需要选用。

此次改版,得到了使用者及出版社方面的极大支持。编辑沈浦娜以及对外汉语教育学院赵燕琬、钱旭菁、陈莉等多位老师提出了许多建设性意见,使本教材在编写质量方面又多了一份保证,在此深表感谢。

编写教材需要付出相当的时间和精力,我们力求做得更好,但在编写中一定会出现疏漏和不足,请大家提出宝贵意见,以便我们进一步完善。

希望这套教材能够继续得到大家的关心和厚爱。

作 者

2003 年 12 月于北京大学



序



外国留学生学习汉语进入高级阶段之后,还要不要进一步学习口语?这是一个不十分明确的问题。这主要是因为,在学习汉语的整个过程中,听、说、读、写四项技能在不同的学习阶段有所侧重。高级阶段侧重在阅读和写作上,成段表达主要是写的训练,似乎口语表达的训练已经完成了。

近来,一些入系学习专业的本科生和研究生感慨地说,他们的口语表达能力不但没有什么提高,反而有所减退。在现实生活和社会交往中,他们缺乏系统、完整、自然、得体地表达自己的思想、发表自己的见解的能力。究其原因,主要是专业学习要读的书太多,要写的作业太多,没有时间练习说。这也许是事实。然而,学生们的口语表达能力方面存在的问题,不能完全归根于此。我们认为,根本原因还在于,高级阶段口语表达能力的训练没有真正完成。

过去的高级口语教材,从某种意义上说,与汉语阅读教材相差无几。教材内容大多选自小说、剧本、相声等文学作品。语言虽然比较通俗,但大都带有浓厚的文学色彩,这种语言不能算是标准的“白话”口语。外国留学生很难操练和掌握。

两年来,刘元满、任雪梅、金舒年三位青年教师在教学实践中,总结了高级口语教材的一些问题,从高级阶段学生的学习需要出发,编写了这本《高级汉语口语》。她们以《汉语水平等级标准和语法大纲》对高级阶段学生的学习要求为编写原则,选取能够反映中国社会和中国人日常生活的场景编写成课文。内容来自真实生活,生动有趣;语言自然流畅,极易上口,便于学生学习到真正地道的口头语言;练习量大,形式多样,设计突出实用性,有利于训练学生进行成段表达;有关文化背景知识都做了阐释,每课还安排了相关的“补充材料”。

总之,我认为,这本《高级汉语口语》是一部较好的实用口语教材。

郭振华

一九九七年八月

前言



本书是北京大学对外汉语教学中心 1996 年开始编写的汉语口语系列教材中的高级部分。

这部教材以具有中级汉语水平来华进修的外国学生为主要对象。根据中级水平的学生口语能力已基本能满足日常生活的需要,渴望进一步了解中国社会现实的情况,本书有意识地选取了一些能够反映中国社会和中国人日常生活的场景编写成课文,以期能更完整全面地反映中国的现实社会,满足学习者的要求。

全书的课文以一个典型的中国家庭为主线,以类似剧本的形式展开故事情节,内容涉及中国家庭和中国社会的多个侧面。书中所选的情景和出现的人物在注重典型性的同时也注意了广泛性,尽量赋予每个人物不同的性格、背景、经历和不同的语言风格,对话力求生动、自然、得体,符合人物的身份。学习者可以随着教材中的人物走进中国家庭,融入中国社会,以便达到加深对中国社会的了解,学到真正地道的口头语言的目的。

本书所选生词以《汉语水平词汇与汉字等级大纲》中的丁级词为主,同时收入了一些用法较多、易于混淆的丙级词以及部分常用的成语。

本书共有 15 课,分为三个单元,在各个单元间有意识地穿插了一些与口语有关的知识介绍,目的是帮助学生扩大知识面,加深对汉语口语的认识和了解。

本书的体例以课文为主,对一些俗语、惯用语和文化色彩较浓的词语用“注释”的形式加以解释。为了帮助学生更好地理解课文,针对课文中出现的一些文化难点,每课安排了与之相关的“补充材料”。

《汉语水平等级标准与语法大纲》中提出,高级阶段的学生应该“能够就学习、社会生活的各种话题进行课堂讨论和辩论,能较有系统、较完整地发表自己的见解,并能进行答辩,能够进行大段表达。”为了达到大纲所提出的要求,本书在练习的设计上突出了实用性,以成段表达的训练为中心,循序渐进地安排了相当数量的叙述、转述、讨论和辩论题,以切实提高学生大段地连贯自如地表达的能力。

本书的编写凝聚了编者及编辑的大量心血,在编写期间,编者及编辑就全书的总体设计,文中人物的性格、情节的发展、练习的方式、口语知识的选取以及某些细节多次仔细琢磨,共同探讨,并数易其稿。出版社的沈浦娜老师,提出了许多建设性的意见。郭振华教授在百忙中为本书撰写了序言,汉语中心部分老师对本书的编写给予了热情的帮助和指教,在此一并表示感谢。

刘元满 任雪梅 金舒年

1997 年 4 月于北京大学

主要人物表



林父

退休干部。充满生活热情。



林雪

教师，退休返聘。贤妻良母型。

林家女儿。旅行社导游。在家里、单位都非常能干。



林志强

林雪的丈夫。在广告公司工作。稳重厚道，模范丈夫。

林家儿子。研究生，即将毕业。健康、乐观，喜爱运动。



张华胜

林志强的女朋友。日本留学生，中文系学生。聪明好学。

林志强的大学同学，公司职员。爱好广泛。



林母



郝阳



铃木雅子

主要情节

郝阳因为公司迁到新址离得远，打算添一辆汽车；林志强和同学们毕业前找工作，有的学生遇到了歧视问题，甚至要打官司；由于收入来源、生活方式不同，形成了不同人群的消费现状和消费观念；中国家庭的家务分工、孩子教育很有中国特色，在工作单位、居住的小区都是常见的话题；林父林母在女儿的“怂恿”下补拍了婚纱照，还巧遇朋友周平的女儿，她也找到了意中人；铃木雅子热心于公益活动，又是为贫困同学组织捐款，又是参加演讲，呼吁人们保护动物；郝阳由于工作节奏太快而有了一些“亚健康”症状，医生给了他一些好的建议；林志强、铃木雅子和张华胜、玉玲则喜欢运动，经常聚在一起谈论一些时尚话题，比如美容与整容；郝阳还被邀请作为嘉宾，参加学校一个关于广告的座谈会，人们对广告都有话要说。

目 录



第二版说明	1
序	1
前言	1
主要人物表	1
第 一 课 名牌就是名牌	1
第 二 课 我想去公司工作	12
第 三 课 清官难断家务事	23
口语知识(一) 关于汉语新词语	35
第 四 课 一定要将官司进行到底	39
第 五 课 可怜天下父母心	50
第 六 课 钱该怎么花?	62
口语知识(二) 汉语中的成语、俗语、惯用语和歇后语	74
第 七 课 婚姻就像一双鞋	78
第 八 课 让世界充满爱	91
第 九 课 有什么别有病	103
口语知识(三) 普通话的轻声词和儿化词	115
第 十 课 女为悦己者容?	121
第十一课 广告是多还是少?	132
第十二课 献一点爱心给动物朋友	144
口语知识(四) 汉语高级口语常用结构及表达法	157
总词语表	162
句式练习总表	170

第一课 名牌就是名牌

热身话题

1. 你有什么名牌的东西?
2. 你知道哪些名牌产品(服装、化妆品、电器、汽车等)?
3. 高档和名牌有什么关系?



本课人物：郝阳、林雪、张华胜、刘玉玲、售货员

场 景：刘玉玲陪张华胜去买衣服，路过东方广场时，突然看到郝阳和林雪正在露天茶座休息，就走了过来。

华 胜： 林姐、郝大哥，真是你们！我以为看花了眼呢！

林 雪： 啊，你们二位也到这边来了，这么巧！

华 胜： 怎么两手空空的，没有买到满意的东西？

林 雪： 哪儿啊，我们去的是汽车市场。原来郝阳公司离家很近，走路也不过一刻钟，可是公司现在盖起了自己的写字楼，离家远多了，再说他的业务也比较多，需要到处跑，而我上班



也离不了车,原来那辆车就不够用了,想再买一辆新车。今天正好有时间,就出来看看。

华 胜: 要买新车? 恭喜恭喜! 看来你们事业蒸蒸日上啊。(开玩笑道)你们是买宝马呀,还是买奔驰?

林 雪: 还劳斯莱斯呢! 宝马也好,奔驰也好,价位都不低。所以我主张买中档合资的,价格适中,性能也不错;可郝阳呢,坚持要买高档进口车,说不仅质量放心,看起来也很有派头。可是买高档车就得考虑花费的问题,车本身价格就不用说了,保险费一般也低不了;还有停车的问题,旧车停在露天也就罢了,高档车谁忍心让它风吹日晒? 所以得考虑买一个或租一个地下车位。这样一笔一笔算下来,就怕买得起车,养不起车。再说呢,咱们买车只是把它当做代步工具,高档车的什么自动天窗啦,自动后门啦,高级音响啦,好多性能都不大能用得上。所以我还是觉得中档合资车更实惠。

郝 阳: 你们听听,我们这位考虑得还真够实在的。不过,话又说回来,这车一买就得用好几年,也属于固定资产。我又经常跟客户打交道,好车也是实力的象征,不能马虎对待。

华 胜: 我同意郝大哥的话,买车当然就要买高档的。车不像衣服,说换就换,再说你们的工作都不错,与其将来后悔,不如现在下点决心,买一辆自己喜欢的。贷点款也行啊。

林 雪: 你们男的都喜欢摆阔气。其实谁不喜欢好车啊! 我们俩都看中一款凌志车,车型漂亮,也很宽敞,周末一家人开着出去玩,多棒啊! 不过你们说的也有道理,我们应该再多看几家再做决定。哎,说了半天,你们俩干嘛来了? 不会只是手拉手来逛大街吧?



玉 玲： 华胜哪有这个闲工夫！他下周要负责跟外商谈笔生意，说以前的衣服都不太适合这种场合，想再买一套衣服把自己“包装”一下，就拉我来当参谋。

林 雪： （对华胜）玉玲的眼光不俗，你算找对人了。正好我也想看看服装，郝阳，我们也一起去吧。

郝 阳： 我才不去呢！我最怕逛商店，我宁愿坐在这儿看报纸、喝咖啡等你。

林 雪： 那我就不勉强你了，报纸你慢慢看，等急了就给我打手机。

（张华胜在店里试西服）

玉 玲： 哇，真是“人是衣服马是鞍”，华胜西服一穿，我都不敢认了。这衣服多合身哪！简直就像量身定做的。

林 雪： 华胜是个帅哥嘛，穿什么都好看。

华 胜： 别拿我开心了。林姐，你也觉得这套不错吗？

林 雪： 嗯，颜色、样式都不错，质地、手感也挺好，就是……就是价钱高了点儿。

售货员： 一分价钱一分货嘛！我们是名牌店，这款西服由意大利设计师设计，做工也都绝对一流，每款只有两套，我们另外赠送一条皮带。

华 胜： 皮带就算了，我正好缺一双皮鞋，换成那双“老人头”吧。

售货员： 先生您真幽默！不过很抱歉，我们这里都是一口价，赠品也不是我说了算。

华 胜： 行了，就是它了！您给开票吧。

（中午时分，三人出来与郝阳会合，一起去一家餐馆吃饭。）

林 雪： 我真服了华胜，一看是名牌，根本不考虑价格，掏钱就买。



你们都喜欢高档、名牌,是不是有名牌情结呀?

郝 阳: 别扣大帽子啊! 名牌是“高质量、高信誉”的代名词,汽车啦,服装啦,某种程度上,就是一种身份地位的象征。穿这么一身服装去谈生意,那感觉就和开宝马一样,特自信。

华 胜: 可不是嘛,我喜欢名牌,可以说是情有独钟,重要场合穿名牌很精神,让人特自信。另外还有一个重要原因,跟人谈生意,服装正式一些,也体现了对对方的尊重。你们说是不是?

林 雪: 我倒不是一概反对你们买名牌。不错,名牌代表着“高质量、高信誉”,但同时,它也代表着“高价位”呀。有钱的大款毕竟是少数,大多数的老百姓,在买名牌时,还是会三思而后行的。

华 胜: 林姐说得有道理,名牌的“高价位”确实能吓跑许多人。不过我之所以喜欢买名牌,是因为平时工作忙,没时间也没耐心去逛商场,买名牌主要图的是放心。

郝 阳: 最近我们公司做了一次市场调查,发现有相当数量的年轻人,对高档名牌有一种盲目的崇拜心理,他们不顾自己的经济条件,互相攀比,甚至一掷千金,想借名牌来抬高自己的身价。

林 雪: 那肯定要陷入超前消费的怪圈。不过年轻人是社会重要的消费群体,有些东西不超前消费还不行,就像买房和买车一样。

郝 阳: 毕竟买名牌的是少数。不知你们注意到没有,前面那家“第四百货商场”本来挺受老百姓欢迎,但前两年忽然搞起了“精品百货”,花大钱装修了好几个月,重新开业后却一直亏损,现在又改回做“大众百货”了。

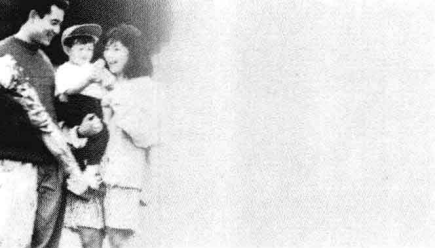
华 胜: 看来我也得学点儿过日子的经验了,不然大手大脚惯了,将来连家也养不起!

林 雪: 你呀,现在明白也不晚哪!



● 词 语

- | | | | |
|----------|-----|---------------------|--------------------|
| 1. 两手空空 | | liǎngshǒu kōngkōng | 手里什么东西也没有。 |
| 2. 写字楼 | (名) | xiězìlóu | 指公司等商务用的办公楼。 |
| 3. 蒸蒸日上 | | zhēngzhēng rì shàng | 比喻事业一天天向上发展。 |
| 4. 适中 | (形) | shìzhōng | 合适,此处指不太贵也不太便宜。 |
| 5. 高档 | (形) | gāodàng | 质量好,价钱高。 |
| 6. 派头 | (名) | pàitóu | 气派。 |
| 7. 露天 | (名) | lùtiān | 指在房屋外,没有遮挡。 |
| 8. 风吹日晒 | | fēngchuī rìshài | 寒风吹,烈日晒。 |
| 9. 车位 | (名) | chēwèi | 停车的位置。 |
| 10. 代步 | (动) | dàibù | (以交通工具)代替走路。 |
| 11. 实惠 | (形) | shíhuì | 实际的好处。 |
| 12. 固定资产 | | gùdìng zīchǎn | 不变动,不移动的资产。 |
| 13. 实力 | (名) | shílì | 实际拥有的力量。 |
| 14. 贷款 | | dài kuǎn | loan |
| 15. 阔气 | (形) | kuòqì | 豪华奢侈。 |
| 16. 包装 | (动) | bāozhuāng | 原指商品的包装,在此指人的穿着打扮。 |
| 17. 宁愿 | (副) | nìngyuàn | 宁可。 |
| 18. 合身 | (形) | héshēn | 衣服穿在身上很合适。 |
| 19. 量身定做 | | liángshēn dìngzuò | 量着身体的尺寸特别做的。 |
| 20. 帅哥 | (名) | shuàigē | 很英俊的男青年。 |
| 21. 样式 | (名) | yàngshi | 式样。style |
| 22. 质地 | (名) | zhìdì | 材料的结构性质。 |
| 23. 手感 | (名) | shǒugǎn | 手摸上去的感觉。 |
| 24. 做工 | | zuò gōng | 指制作的技术和质量。 |
| 25. 情结 | (名) | qíngjié | 深藏心底的感情。 |



26. 信誉	(名)	xìnyù	信用和名誉。
27. 代名词	(名)	dàimíngcí	替代某种名词、词语或说法的词语。
28. 情有独钟		qíng yǒu dú zhōng	对某事或某物有特别喜爱的感情。
29. 一概	(副)	yígài	全部如此,没有例外。
30. 图	(动)	tú	为了;贪图。
31. 崇拜	(动)	chóngbài	崇敬,钦佩。
32. 攀比	(动)	pānbǐ	不切实际地和比自己强的人比较。
33. 一掷千金		yí zhì qiān jīn	形容挥霍无度,花钱数量很大。
34. 身价	(名)	shēnjià	指人的社会地位。
35. 陷入	(动)	xiànrù	落入或处于不利的境地。
36. 怪圈	(名)	guàiquān	比喻难以摆脱的某种怪现象。
37. 精品	(名)	jīngpǐn	精良的物品。
38. 亏损	(动)	kuīsǔn	(多指经营)支出超过收入。

● 专有名词

1. 宝马:国际著名汽车品牌。BMW
2. 奔驰:国际著名汽车品牌。Benz
3. 劳斯莱斯:国际著名汽车品牌。Rolls-Royce
4. 凌志:国际著名汽车品牌。Lexus
5. 老人头:国际著名皮具皮鞋品牌。Leonardo

● 注 释

1. 看花了眼 眼睛看错了。
2. 摆阔气 显示自己的财富。
3. 人是衣服马是鞍 鞍,ān,放在牲口背上运东西或供人坐的东西。saddle。人穿上好衣服就漂亮,马配上好鞍子就好看。形容衣服对人的外表



4. 一分价钱一分货

很重要。也可写成“人凭衣服马凭鞍”。
花一分钱只能买一分钱的货物。比喻价格高货物就好,价格低货物就差。

5. 一口价

一次讲定价钱,不能讨价还价。

6. 扣大帽子

随便把不好的名目加在别人头上。

7. 三思而后行

经过仔细思考以后再决定怎么做。形容
处事谨慎。

● 练 习

(一) 课文部分

一 用正确的语调读出下列对话:

1. 林姐、郝大哥,真是你们! 我以为看花了眼呢!
2. 你们是买宝马呀,还是买奔驰?
3. 我主张买中档合资的,价格适中,性能也不错;可郝阳呢,坚持要买高档进口车,说不仅质量放心,看起来也很有派头。
4. 哎,说了半天,……你们不会只是手拉手来逛大街吧?
5. 这衣服多合身哪! 简直就像量身定做的。
6. 名牌是“高质量、高信誉”的代名词,汽车啦,服装啦,某种程度上,就是一种身份地位的象征。
7. 看来我也得学点儿过日子的经验了,不然大手大脚惯了,将来连家也养不起!

二 请说出下列各句中划线部分的真正含义。

1. 还劳斯莱斯呢!
2. 你们男的都喜欢摆阔气。
3. 真是“人是衣服马是鞍”,华胜西服一穿,我都不敢认了。
4. 我们这里都是一口价,赠品也不是我说了算。