

商贸汉语系列教材
Business Chinese Series



商贸汉语阅读与表达
Reading and Communicating

杨颖 编著

6

 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

杨颖 编著

6

 华语教学出版社
SINOLINGUA

责任编辑：陆瑜
英文编辑：吴爱俊
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. 6 / 杨颖编著. — 北京：华语教学出版社，2016
（商贸汉语系列教材）
ISBN 978-7-5138-0399-1

I. ①商… II. ①杨… 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(2014)第151262号

本书收入的部分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：北京市西城区阜成门外大街甲35号（100037）

E-mail: wenzhuxie@126.com

商贸汉语阅读与表达 6

杨颖 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/sinolinguaavip>
北京京华虎彩印刷有限公司印刷
2016年（16开）第1版
2016年第1版第1次印刷
ISBN 978-7-5138-0399-1
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：就 业

主课文：青年就业目标趋于多元化	3
副课文一：“海归必录用”已过时，企业理性招聘成趋势	9
副课文二：城市 SOHO 族扫描	12
课后阅读：外国人在华就业竞争日趋激烈	16

第二课：民营经济

主课文：中国民营经济 30 年	20
副课文一：从温州鞋业看中国民营经济 30 年	27
副课文二：刘氏兄弟的“希望”帝国	30
课后阅读：苏浙粤三省民营企业结构竞争力提升的有效路径	33

第三课：企 业 家

主课文：QQ 之父马化腾	38
副课文一：正确认识和评价企业家的作用	45
副课文二：李嘉诚：什么是企业家最珍贵的力量	47
课后阅读：李彦宏创业解读：企业家精神改变工程师命运	50

第四课：区域合作

主课文：中国—东盟自贸区：经济合作的加速器	55
副课文一：长江三角洲区域经济一体化的三次浪潮	61
副课文二：了解“纽伦港”就能了解当今世界	63
课后阅读：理性看待“东盟热”	67

第五课：跨国经营

主课文：海尔将美国智慧融入企业文化	71
副课文一：麦当劳、肯德基在中国	77
副课文二：中国智慧酿造共同愿景	80
课后阅读：国际化中的本土化营销	83

自测题（一）	86
--------	----

第六课：企业并购

主课文：联想并购 IBM PC 后的整合与启示	100
副课文一：吃“休克鱼”的海尔	107
副课文二：完美世界：跨国并购经验值得借鉴	110
课后阅读：海外并购关键要过“整合关”	114

第七课：企业转型

主课文：化压力为动力——浅谈企业经营转型	118
副课文一：企业转型各有奇招	124
副课文二：老字号新企业 看“五芳斋”如何成功转型	127
课后阅读：电商转型网上超级购物中心	131

第八课：低碳经济

主课文：领跑低碳经济的三大模式	136
副课文一：低碳经济与企业战略转型	143
副课文二：带您一窥绿色建筑的秘密	145
课后阅读：低碳生活从细枝末节做起	148

第九课：文化产业

主课文：文化产业如何成为支柱？	153
副课文一：中国知名文化产业园和企业	160
副课文二：网络化时代出版业的危机与未来	162
课后阅读：当文化遇到资本	165

第十课：农村经济

主课文：八大“热词”折射中国农村改革 30 年之变	170
副课文一：中国的创意农业	177
副课文二：生态农业简介	179
课后阅读：漫谈中国农业品牌发展的未来	182

自测题（二）	184
生词表	196
部分练习参考答案	203

第一课

就业

热身话题

1. 你理想的职业是什么？你希望未来在哪儿工作？
2. 你父母对你的期望是什么？
3. 在你的国家，大学生就业情况如何？

生词

- 视野 shìyě 名词 视力所及的范围；眼界
- 庞大 pángdà 形容词 表示形体、组织、数量或程度大大超过惯常的范围或标准
- 扎堆 zhāduī 动词 (人) 凑在一起
- 青睐 qīnglài 动词 用正眼看，指喜爱或重视
- 赴 fù 动词 前往；去；到；至；到达
- 扎根 zhāgēn 动词 比喻深入到人群或事物中去，打下基础
- 施展 shīzhǎn 动词 拿出本领、能力来做
- 倾斜 qīngxié 动词 比喻政策导向侧重于某一方面
- 虚荣 xūróng 名词 表面上的荣耀
- 作祟 zuòsuì 动词 迷信的人指鬼神作怪，借指暗中捣鬼
- 期许 qīxǔ 动词 期望（多用于对晚辈）
- 出息 chūxi 名词 指发展前途或志气
- 抱负 bàofù 名词 远大的志向
- 智慧 zhìhuì 名词 指人辨析判断和发明创造的能力

青年就业目标趋于多元化

2009年，“蚁族”跃入中国公众视野。他们是一个越来越受关注的庞大群体——“大学毕业生低收入聚居群体”。他们虽然聚居在大城市，但在不是热闹繁华的市区，而是在房租便宜的城乡接合部。

为什么这么多受过高等教育的年轻人非要扎堆大城市？在经济持续高速发展的中国，难道只有待在大城市才能实现自己的价值？当年，《中国青年报》社会调查中心通过题客调查网和民意中国网，曾对中国31个省（区、市）的18854名公众进行的一项调查显示，超半数人（53.5%）认为，年轻人没必要非得扎堆大城市。不过，也有39.7%的人坚持认为，“只有在大城市才能实现自己的价值”。受访者中，“80后”占60.0%，“70后”占25.0%。

扎堆大城市的人才太多，“去小城市更能发挥自己的优势”

北京大学环境科学专业的研究生王静静手握好几份来自中小城市单位的录用通知。这些单位都很看重她的名校背景。“这让我感觉，去中小城市更能发挥自己的优势。”王静静说，扎堆大城市的人才很多，即使有了工作，也难有出头之日，“而且大城市人多、交通堵，不如去苏杭等宜居城市”。

青年更愿意在什么地方发展？调查中，北京、上海等大城市虽然依旧是首选（43.2%），但有28.2%的人表示青睐厦门、青岛等风景秀美的宜居

城市；25.6%的人选择长三角、珠三角等经济区域内的二线城市；19.5%的人选择省会城市；18.8%的人愿意回自己的家乡。

同时，还有24.5%的人愿意去中小城市，8.4%的人看好唐山等新兴城市，5.3%的人选择农村地区。

那些放弃在大城市生活的人，理由有哪些呢？调查发现，61.6%的人认为“大城市房价太高”；54.6%的人认为“大城市的生活成本高”；52.6%的人表示“大城市竞争激烈，压力太大”。此外还有：大城市空气质量不好（45.9%）；交通拥堵浪费时间（41.0%）；人才扎堆严重（38.8%）等。

在大城市的朋友对他很是羡慕，说他3年里做了他们10年做的事

因为“不想到了40岁仍在为一套房子奋斗”，北京大学硕士生李建桥毕业后，放弃了进入国家部委下属事业单位工作的机会，前往江苏昆山。

2009年，李建桥通过了昆山市的考核，成为昆山唯一一名赴日本友好城市挂职锻炼的国际交流员。“如果在北京、上海，这么好的机会轮得上我吗？”如今，李建桥已结婚生子，有车有房，在大城市的朋友对他很是羡慕，说他3年里做了他们10年做的事。

智联招聘网高级职业顾问李佩翰认为，大城市有很多优秀人才已经在自己的职位上干了很多年，扎下根了。大学毕业生和他们相比，没有明显的竞争优势。但在大城市受过高等教育的年轻人如果去中小城市就业，就会属于当地素质比较高的人，能有更大的职业发展空间。

“小地方”的吸引力何在？调查中，公众给出的排序依次为：更有人情味（28.4%）、有更高的生活质量（25.3%）、有更大的施展空间（21.1%）、工作更稳定（21.1%）、国家推动区域平衡的各种鼓励政策（12.1%）等。

同时，30.3%的公众表示，选“小地方”的人是理性的，逆向选择更会有所成就。

转变年轻人扎堆大城市的观念，需要社会资源向“小地方”倾斜

本次民调显示，尽管53.3%的人认为在中小城市和农村地区同样能实现自身价值，但同时也有52.2%的人希望在大城市打拼。调查中，62.2%的公众选择大城市的原因是“就业、创业机会多”，52.9%的人表示“职业发展前景更好”，49.9%的人认为“赚钱多”，40.5%的人表示“教育、医疗条件好”，38.6%的人认为“大城市的业余生活更丰富”。

调查还显示，23.0%的人认为，想在大城市生活，是“虚荣心作祟”；15.9%的人去大城市生活，是出于“父母的期许”。

“我妈当时对我一个北大硕士到小城市工作，特别不理解。”李建桥说，父母希望孩子有出息是人之常情，“去大城市才有好前途”也是社会上的普遍认识，但是，现在的情况不同了。李建桥的妈妈到昆山住过一段时间，当她看到孩子的幸福生活后很是感叹：“你如果在北京工作，让我去我都不去，怕给你添负担。”

李佩翰认为，“小地方”虽然和大城市存在不小的差距，但这正是有理想、有抱负的年轻人施展才华的好机会。“现在的大城市也是以前的人用勤劳和智慧创造的，年轻人同样可以把小地方建设得更好。”

她建议，大学生如果不是特别在意前期的工作地点，可以先到中小城市赚到第一桶金，再回到大城市，“坚持一毕业就留在大城市并不是最佳选择”。

调查还显示，45.8%的人认为，转变年轻人扎堆大城市的观念，还需要政策和社会资源向“小地方”倾斜。

（选自《中国青年报》2009年12月31日文章：《青年就业目标趋于多元 53.5%公众认为没必要扎堆大城市》，作者：王聪聪、喻懿洁，原文有删改）

关键句式

1. 2009年，“蚁族”跃入中国公众视野。

说明：

这里“跃入”意为“跳着进入”，比喻一下子、很快地进入。

例句：

- ◇ 提起法国，香水、葡萄酒、时装、凯旋门和埃菲尔铁塔往往首先跃入脑海。
- ◇ 在改革开放的推动下，广东省恩平市已由农业县转变为工业市，经济发展很快，跃入了全省经济强县之列。
- ◇ 他打开一看，“经济学教程”几个大字跃入眼帘。

2. 北京、上海等大城市依旧是首选。

说明：

这里“依旧”为副词，意为“仍旧”，表示情况跟原先一样。

例句：

- ◇ 在关颖珊夺冠后，美联社评论说：“经历了10年，关颖珊依旧是最好的花样滑冰运动员。”
- ◇ 一大早，主妇们依旧提着菜篮上街买菜，大小商店也都正常开始营业。
- ◇ 节能、环保与安全性能依旧是展会的传统主题。

3. “小地方”的吸引力何在？

说明：

“何”为疑问代词，这里代处所，相当于“哪里”。“何在”即“在哪里”，“在什么地方”。

例句：

- ◇ 鞍钢如今再现生机，奥秘何在？

◇ 韩国是否需要自由贸易？其利弊得失何在？

◇ 彗星又被称为“扫帚星”，它吸引人类的“魅力”何在呢？

4. 调查中，公众给出的排序依次为：更有人情味、有更高的生活质量、有更大的施展空间、工作更稳定、国家推动区域平衡的各种鼓励政策等。

说明：

“依次”为副词，意为“按照次序”。

例句：

◇ 地心说认为地球处于宇宙中心静止不动，从地球向外，依次有月球、水星、金星、太阳、火星、木星和土星。

◇ 当今，世界六大产金国依次为中国、澳大利亚、美国、俄罗斯、南非（阿扎尼亚）、秘鲁。

◇ 全球共有七大洲，按面积大小依次为亚洲、非洲、北美洲、南美洲、南极洲、欧洲和大洋洲。

5. 15.9%的人去大城市生活，是出于“父母的期许”。

说明：

这里“出于”为动词，意为“（言行）从某一角度、方面出发”。

例句：

◇ 我不喜欢看电视，但出于职业关系，我又不得不看，这是让我相当苦恼的一件事。

◇ 说实话，当时拍这个短片，完全出于一种兴趣，不过是想给自己留下点儿东西作为纪念。

◇ “守株待兔”、“自相矛盾”等，都出于韩非之文。

背景链接

蚁 族

“蚁族”是对大学生低收入群体的一种称谓。他们年龄多数在 22 岁到 29 岁之间，都是近几年毕业的大学生，都受过高等教育，拥有较高的知识水平，但又是像农民工一样的困难群体，月收入在 2000 元以下，大多聚居在城乡接合部或者近郊农村，游离在城市边缘，过着比较艰苦的生活。

题 客

“题客”是最近在上班族中流行的一种网络新兴职业。“题客”的工作就是到各个调查网站做调查问卷，以此获得积分，一定的积分可以兑换成小商品或是一定数额的现金。

练习

一、判断正误

1. 蚁族就是指庞大的大学毕业生群体。 ()
2. 北京、上海等大城市对年轻人仍有很大的吸引力。 ()
3. 房价高、生活成本高、压力大是很多人逃离大城市的主要原因。 ()
4. 小城市的吸引力主要是生活成本低，风景秀美，有人情味，利于个人才能的发挥。 ()
5. 中小城市要想吸引人才，还需要政策和社会资源的倾斜。 ()

二、选词填空

在意 赴 趋于 青睐 前景

1. 香港产品，如服装、珠宝和钟表等，具有很强的竞争力，在深圳销售_____看好。
2. 中国从 1980 年开始，陆续派科学工作者_____南极考察。
3. 在出境游方面，东南亚线路受到上海旅游者_____。

4. 居民的消费结构_____优化，衣、食和基本生活用品支出的比重大幅下降。
5. 我觉得人们需要了解，对哪些事情应该认真，对哪些事情不必_____。

三、回答问题

1. 年轻人愿意去什么地方发展？为什么？
2. 中小城市吸引人的地方是什么？
3. 李建桥在昆山生活得怎么样？
4. 调查显示，大约一半的人还是希望在大城市生活、工作，他们的理由是什么？
5. 专家对年轻人就业给出了怎样的建议？

副课文一

“海归必录用”已过时，企业理性招聘成趋势

在中国的就业市场中，“海归”一直是个热门的词语，这是“海外留学归国人士”的简称。从最初的光环笼罩到“海待”（即“海外留学归国待业人士”的简称）等现象的出现，海归的就业形势近几年发生了很大的变化。现在在中国，不管是国有企业、外资企业还是民营企业，其人力资源管理越来越趋于理性，在选才时不再是“海归必录用”，而是要求应聘者具备企业需要的才能。

国企：注重技能而非文凭

国有企业较为青睐的海归，主要是那些先有不错的工作经历后出国深造的人，这些人一般能成为国企招聘中高级主管职位的对象。

不过同样地，国企也不再只盯着海归的牌子。“我们承认，有过海外求