



上海财经大学

国际商务汉语教学与资源开发基地（上海）

纵横商务汉语 案例教程

LEARNING BUSINESS CHINESE
VIA
REAL BUSINESS CASES for English Speakers

2

英语区

主审 关道雄（美） 编者 周虹

高等教育出版社



上海财经大学

国际商

原开发基地 (上海)

纵横商务汉语

Zongheng Shangwu Hanyu

案例教程

LEARNING BUSINESS CHINESE

VIA

REAL BUSINESS CASES for English Speakers

主审 关道雄 (美)

编者 周虹

翻译 项骅 杨继锋

2

英语区

高等教育出版社·北京

图书在版编目(CIP)数据

纵横商务汉语案例教程. 英语区. 2 / 周虹编. —
北京: 高等教育出版社, 2016.6 (2018.9 重印)
ISBN 978-7-04-045533-5

I. ①纵… II. ①周… III. ①商务-汉语-对外汉语
教学-教材 IV. ①H195.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第127938号

策划编辑 梁宇
插图选配 常丽萍

责任编辑 常丽萍
责任校对 常丽萍

封面设计 华路天然
责任印制 赵义民

版式设计 魏亮

出版发行 高等教育出版社
社址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印刷 北京盛通印刷股份有限公司
开本 889mm×1194mm 1/16
印张 10.25
字数 310千字
购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.hepmall.com.cn>
<http://www.hepmall.com>
<http://www.hepmall.cn>
版 次 2016年6月第1版
印 次 2018年9月第2次印刷
定 价 46.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物料号 45533-00

国际商务汉语教学与资源开发基地（上海）

系列教材编委会

姚玲珍

孙冰

关道雄（美）

刘乐宁

三渚正道（日）

金铉哲

丛铁华

前言

《纵横商务汉语案例教程·英语区》系列是上海财经大学“国际商务汉语教学与资源开发基地(上海)”研究成果之一。

一、编写缘由

2010年,上海财经大学成立“国际商务汉语教学与资源开发基地(上海)”,致力于案例式商务汉语教学推广。2013年,高等教育出版社出版了《纵横商务汉语案例教程》,这是一套面向海内外商务汉语学习者编写的案例教材。本系列是专门面向海外汉语学习者的案例式商务汉语教材。随着与中国贸易关系逐渐密切,英语区国家汉语学习者的热情持续升温,编写一套案例式商务汉语有助于学习者了解中国与其他国家商务跨文化交际差异并提高商务汉语交际能力。2012年7月,《纵横商务汉语案例教程·英语区》系列教材的编写工作启动,由上海财经大学3位商务汉语教学经验丰富的教师共同完成,周红负责3册教材的总策划与协调工作,周红、周虹、刘焱分别主编第1、2、3册,美国印第安纳大学布卢明顿分校鲍莹玲老师参编第1册。

本套教材的编写得到国家汉办的大力支持,并邀请美国加州大学圣塔芭芭拉分校东亚系关道雄教授作为本套教材的主审,从教材策划、案例收集、体例编写和语言文字编辑等各方面进行了严格把关,保证了教材编写工作的顺利完成。

二、编写理念

商务汉语作为专门用途汉语教学,具有双重目标,不仅要求学生掌握商务知识,同时还要求学生提高语言能力。如何平衡商务知识和语言能力成为难点。我们对案例教学法进行了改造,课文采用案例,导入商务知识;练习部分着重词语与句型训练,提升学生的语言能力。教材将通过课前热身、案例学习、案例分析与讨论、语言技能练习、巩固与扩展等五个功能模块展开,围绕案例所反映的问题或危机展开分析与讨论,提高学习者汉语表达能力和跨文化商务交际能力。

1. 案例式。借鉴专门用途语言中颇受欢迎的案例教学法,以案例为载体,围绕案例展开语言操练与案例讨论,提高学生的商务汉语交际能力。课文取材网络和相关书籍,根据教学要求进行适当的改编,注重商务情景的真实性与典型性;巩固与扩展的内容与案例主题相关,又有一些延展性;练习围绕课文的商务话题展开,并延伸至更多相关商务情景,举一反三。不同学习模块间相辅相成,营造出典型的商务情境,使学生沉浸其中充分操练语言技能。

2. 综合性。以案例分析与讨论为核心,辐射听说读写各项语言技能训练,使学生在案例内容学习的基础上能够有效交际。本书每课始终围绕一个商务主题展开,提供了丰富的商务情景,使学生沉浸其中,既能了解基本的商务知识,又能够学习与某一商务主题相关的语言表达方式。

3. 实用性。课文选材及各项练习等均结合实际商务活动,要求学生能够模拟商务情景,帮助学生提高应用能力。课文选自热点商务话题,而练习的设计则充分考虑商务活动实际需要:讨论与分析、调查任务等让学生对每课涉及的主题进行更深入的思考、获得更全面的理解;根据情景写一段话、写作、复述等则直接模拟真实商务场景,要求学生将所学化为所用。

三、案例课文的选取

案例是对真实情境的描述,通常涉及到一个组织或决策者面临的困难、挑战、机会和问题等。以中国与其他国家商务合作案例为载体,进行商务汉语学习,是教材编写的主旨。中国与其他国家商务合作案例包括标题、背景、案例情节、问题或危机处理等要素。选取的案例内容涉及企业战略、市场营销、电子商务、企业文化等领域,既包括世界知名企业在中国的案例,也包括中国知名企业在海外的案例。案例课文全部选自真实的

语言材料, 根据汉语水平大纲的要求进行了语言上的删改, 第1册控制在500字左右, 第2册控制在700字左右, 第3册控制在1,000字左右。具体如表1所示:

表1 案例及所属领域、商务合作

	课次	商务领域	商务合作	标题
第1册	第1课	市场营销	美国—中国	迪士尼拉拢“喜羊羊”
	第2课	企业战略	中国—澳大利亚	海尔滚筒洗衣机成澳大利亚明星产品
	第3课	市场营销	美国—中国	宝洁公司进军中国市场的法宝
	第4课	电子商务	美国—中国	百胜推出“东方既白”, 进军中式快餐
	第5课	企业文化	美国—中国	百事可乐的“酷”文化传播
	第6课	市场营销	美国—中国	耐克广告: 别拿中国形象开玩笑
	第7课	企业战略	英国—中国	特易购的本土化制胜
	第8课	企业战略	中国—美国	雅戈尔收购新马集团, 进军美国市场
第2册	第9课	市场营销	美国—中国	必胜客的快乐营销
	第10课	市场营销	美国—中国	可口可乐的春节营销
	第11课	市场营销	美国—中国	星巴克的中国元素
	第12课	电子商务	中国—澳大利亚	支付宝拓展澳大利亚市场
	第13课	企业战略	中国—英国	格兰仕曲线挺进英国
	第14课	市场营销	美国—中国	强生婴儿护理产品的市场定位
	第15课	企业战略	美国—中国	摩托罗拉的人才本土化
	第16课	企业战略	中国—美国	联想并购IBM的PC业务
第3册	第17课	企业战略	美国—中国	奥利奥中国变脸
	第18课	市场营销	美国—中国	沃尔玛重庆遭重罚
	第19课	企业战略	荷兰+英国—中国	联合利华(中国)的瘦身之道
	第20课	市场营销	中国—澳大利亚	海信在澳大利亚的体育营销
	第21课	市场营销	美国—中国	eBay中国翻身
	第22课	市场营销	美国—中国	苹果IPAD陷商标门
	第23课	企业战略	美国—中国	雅芳: 直销女王迷失中国市场
	第24课	企业战略	中国—澳大利亚	南航在澳大利亚的体验之旅

四、适用对象与目标

《纵横案例汉语案例教程·英语区》面向海内外, 供旨在达到在商务活动中自如、得体地运用汉语进行交流的英语区国家学生及企业界人士学习商务汉语使用。第1册适用于有两年(1,360学时, 50分钟/1学时)汉语学习经验者, 第2册适用于有两年半(1,700学时, 50分钟/1学时)汉语学习经验者, 第3册适用于有三年(2,040学时, 50分钟/1学时)汉语学习经验者。

五、编写体例

本套教材共24课, 每册8课。每课分课前热身、案例学习、案例分析与讨论、语言技能练习、巩固与扩展

五个功能模块。课文是核心，围绕课文展开案例讨论与语言技能练习。针对学习者的层级，语言技能练习部分有所区别，第1册有“看拼音写汉字”“连词成句”“阅读与复述”，第2、3册有“连句成段”等，“选词填空”“词语搭配”“根据情景写一段话”为三册共有的语言技能练习。

表2 功能模块与具体说明

功能块	序号	具体板块	具体说明
课前热身	1	课前热身	简介案例企业的概况和案例背景，引导学生预习课文和自学。
案例学习	2	课文	注重可读性、趣味性、实用性与时效性。
	3	生词	汉字提供简繁双体，加注拼音、词性与英文释义。
案例分析与讨论	4	阅读理解	包括选择正确答案和回答问题。
	5	案例讨论	对案例正文内容及相关问题进行分析与讨论，学生自由表达观点。
语言技能练习	6	语言技能练习	包括看拼音写汉字、词语连线、选词填空、连词成句或连句成段、句型练习、阅读与复述和根据情景写一段话。
巩固与扩展	7	听力与阅读	包括听力理解与扩展阅读。
	8	调查与写作	包括调查任务与写作练习。

六、使用说明

每课8学时，共计64学时。

表3 教学环节与教学安排

教学环节	学时	教学要求
课前预习与课文讲解	1学时	布置学生预习课文与生词，讲解课文，并完成相关练习。
语言技能练习	1学时	讲解重点词语与句型，课前布置作业要求学生完成。
案例分析与讨论	2学时	指导学生进行案例分析与讨论。
听力与阅读	2学时	课前布置作业要求学生完成，教师检查并讲解。
调查与写作	1学时	
巩固与复习	1学时	巩固与复习本课重点词语与常用表达。
总计		8学时

以上学时安排供教师参考，教师也可根据学生的汉语实际水平与本校学习时间酌情处理。

本套教材的编写得到国家汉办及上海财经大学“国际商务汉语教学与资源开发基地（上海）”的大力支持；高等教育出版社的编辑，在出版过程中，积极指导并给我们提出了许多有价值的建议，在此谨表示衷心的感谢。

本套教材课文内容选自于网络的稿件，文中均有注明。我们根据教学需要对所选材料进行了一些删改。需要说明的是，因为种种原因，我们尚未能够与部分原作者取得联系。如有涉及网络著作权的任何问题，敬请与我们联系。在此谨对有关媒体及相关撰稿者致谢。

编者
2016年5月

缩略语和说明性略语

Short forms and labels

1	<i>n.</i>	noun	名词	míngcí
2	<i>v.</i>	verb	动词	dòngcí
3	<i>adj.</i>	adjective	形容词	xíngróngcí
4	<i>mw.</i>	measure word	量词	liàngcí
5	<i>pron.</i>	pronoun	代词	dàicí
6	<i>adv.</i>	adverb	副词	fùcí
7	<i>prep.</i>	preposition	介词	jiècí
8	<i>conj.</i>	conjunction	连词	liáncí
9	<i>idiom.</i>	idiomatic expression	成语/习语	chéngyǔ/xíyǔ
10	<i>NP.</i>	noun phrase	名词短语	míngcí duǎnyǔ
11	<i>VP.</i>	verb phrase	动词短语	dòngcí duǎnyǔ

目 录

课文	句型	听力理解	扩展阅读	页码
第 9 课 必胜客的快乐营销	1. 从……以来 2. 给A带来B 3. 一向 4. 以……为主 5. ……一族 6. 由于……	必胜客的创新	一样的比萨 不同的需求	1
第 10 课 可口可乐的春节营销	1. 走上……之路 2. 于是 3. 特别是 4. 与……相配套 5. 将……与……相结合 6. 基于	可口可乐的体育营销	可口可乐拥抱贩卖机：一个拥抱，一罐可乐	16
第 11 课 星巴克的中国元素	1. 致力于 2. 与……建立…… 3. 从……入手 4. 把……延伸到…… 5. 赢得……青睐 6. 从而	星巴克体验	星巴克“触动灵感”主题活动	31
第 12 课 支付宝拓展澳大利亚市场	1. 处于……阶段 2. 由此 3. 乃至 4. 为……建起了一座桥梁 5. 随着	支付宝的新突破	支付宝的“聚生活”战略	45
第 13 课 格兰仕曲线挺进英国	1. 一A—A地 2. 即 3. 以……模式 4. 成为……第一 5. 无疑	格兰仕的转型	自有品牌为主，租赁品牌为辅	58
第 14 课 强生婴儿护理产品的市场定位	1. 居于 2. 从……扩大到…… 3. 较……更…… 4. 不但不……，还…… 5. 对……有诱惑力	适宜市场创新战略	强生收购大宝：品牌的多元化发展	72

课文	句型	听力理解	扩展阅读	页码
第 15 课 摩托罗拉的人才本土化	1. 主要体现在……方面 2. 为了 3. 其中 4. 为……提供…… 5. 是……的根本原因 6. 正如……所说	谷歌收购摩托罗拉	摩托罗拉中国丽人商会	86
第 16 课 联想并购IBM的PC业务	1. 将眼光放到…… 2. 将……和……整合在一起 3. 为……所…… 4. 依然 5. 有利于	“文化鸡尾酒”活动	平衡的艺术	100

附录 1 录音文本 113

附录 2 参考答案 119

附录 3 生词索引 128

附录 4 关键词语索引 138

附录 5 案例参考译文 145

第9课

必胜客的快乐营销

Pizza Hut: happy marketing

课前热身 Getting started



(图片来源: <http://shop.shengyijie.com.cn/pshop/2321.shtml>)

必胜客属于世界最大的餐饮集团——百胜全球餐饮集团。百胜餐饮集团在全球100多个国家拥有超过32,500家的连锁餐厅，是全球餐饮业多品牌集合的领导者。以“红屋顶”作为餐厅外观显著标志的必胜客，如今已是全球最大的比萨专卖连锁企业。必胜客遍布世界各地90多个国家和地区，拥有12,300多家分店，员工近25万名，每天接待超过400万位顾客，烤制170多万个比萨饼。必胜客1990年在北京开出第一家店，正式进入中国市场。截至2012年3月，必胜客在中国130多个城市拥有超过600家的欢乐餐厅，成为中国最大的比萨连锁品牌。

Pizza Hut belongs to the world's largest restaurant group—Yum! Brands, which owns more than 32,500 chain restaurants in over 100 countries, the leading multi-brand conglomerate in world's catering industry. With “red roof” being the most noticeable appearance, Pizza Hut is now the world's largest pizza chain, spreads over in more than 90 countries and regions, owns more than 12,300 restaurants and near 250,000 staffs, receives more than 4 million customers and bakes over 1.7 million pizza cakes on daily basis. In 1990, Pizza Hut opened its first restaurant in Beijing, moving into China's market. By March of 2012, Pizza Hut has owned more than 600 restaurants in over 130 cities, becoming China's biggest pizza chain brand.

案例背景 Background materials

从1990年在北京开设中国第一家餐厅以来，必胜客赢得了无数中国顾客的喜爱。为进一步扩张，必胜客积极寻求自我突破，试图带来一种更新的餐饮时尚。2003年必胜客启用新招牌“必胜客欢乐餐厅”，给顾客带来了全新的欢乐体验。

Pizza Hut has won millions of Chinese customers since its first restaurant opened in Beijing in 1990. Pizza Hut tries to bring a brand new dining fashion in order to expand further in the Chinese market. In 2003, Pizza Hut launched “Pizza Hut Happy Restaurant” as its strategy to bring brand new happy experiences to its customers.

案例正文 Text

2003年1月,中国必胜客开店突破100家,以此为新起点,必胜客从“休闲餐饮”向“欢乐餐厅”渐进,开始了它在中国的“快乐营销”之旅。经过半年的调整,必胜客实现了形象的全面转型。

首先,欢乐美食。香喷喷、热腾腾的比萨,是必胜客里最受顾客喜爱的食品,但一向求新求变的必胜客不断推出新品。比如“环宇搜奇”系列,引入世界各地的珍奇美食,让消费者体味世界珍奇与比萨的完美结合;新的小吃、点心和暖汤更是层出不穷。与此同时,必胜客还注意因地制宜,在2003年春节,推出了中西合璧的“腊味丰年比萨”和“祈福迎祥大餐”;后来又推出了“蜀中大将大餐”,从选料和口味上颇具四川特色。

其次,欢乐环境。干净的桌椅和明亮的窗户,令人心情舒畅。富有创意的摆设不经意间给顾客带来惊喜,如壁炉状的出饼台、随处可见的小玩具等。这里的消费群体以年轻一族为主,因此,必胜客还为就餐的年轻人和儿童量身定制了许多游戏项目,让顾客在轻松与休闲的环境中愉快地就餐。

再次,欢乐活动。必胜客通过赞助或举办一些与文化、艺术、娱乐等有关的活动,让消费者产生快乐的联想,将就餐的快乐体验进一步升华。如每逢节日必胜客都会举办各类活动,母亲节的“袋袋送真情”活动,父亲节的“欢乐父亲”摄影比赛,让现代人更加重视团聚,重视家庭,享受家庭欢乐。

正是由于这一系列快乐元素,必胜客的品牌精神在细节上体现出来。到2010年12月,必胜客已在中国开设500家分店,成功地抢占了中高级快餐的至高点。必胜客这个洋品牌在古老的中国大地上已经生根发芽。

(资料来源:必胜客之“必胜”招法 为欢乐“变脸”,http://money.163.com/economy2003/editor_2003/040630/040630_214496.html, 2004-06-30)

生词 New words

序号	简体	繁体	拼音	词性	英语翻译
1	比萨	比薩	bǐsà	<i>n.</i>	Pizza
2	无数	無數	wúshù	<i>adj.</i>	numerous
3	寻求	尋求	xúnqiú	<i>v.</i>	seek
4	启用	啟用	qǐyòng	<i>v.</i>	enable
5	体验	體驗	tǐyàn	<i>v.</i>	experience

序号	简体	繁体	拼音	词性	英语翻译
6	起点	起點	qǐdiǎn	<i>n.</i>	start
7	休闲	休閒	xiūxián	<i>n.</i>	leisure
8	调整	調整	tiáozhěng	<i>v.</i>	adjust
9	实现	實現	shíxiàn	<i>v.</i>	achieve
10	全面	全面	quánmiàn	<i>adj.</i>	full
11	转型	轉型	zhuǎnxíng	<i>v.</i>	transform
12	美食	美食	měishí	<i>n.</i>	delicious food
13	香喷喷	香噴噴	xiāngpēnpēn	<i>adj.</i>	savoury
14	热腾腾	熱騰騰	rèténgténg	<i>adj.</i>	hot
15	不断	不斷	búduàn	<i>adv.</i>	constantly
16	珍奇	珍奇	zhēnqí	<i>adj.</i>	rare
17	体味	體味	tǐwèi	<i>v.</i>	savor
18	完美	完美	wánměi	<i>adj.</i>	perfect
19	层出不穷	層出不窮	céngchūbùqióng	<i>idiom.</i>	endless
20	因地制宜	因地制宜	yīndìzhìyí	<i>idiom.</i>	localize
21	中西合璧	中西合璧	Zhōng Xī hébì	<i>idiom.</i>	combine Chinese and Western
22	颇	頗	pō	<i>adv.</i>	quite
23	舒畅	舒暢	shūchàng	<i>adj.</i>	at ease
24	创意	創意	chuàngyì	<i>n.</i>	originality
25	摆设	擺設	bǎishè	<i>n.</i>	furnishings
26	经意	經意	jīngyì	<i>v.</i>	intend
27	惊喜	驚喜	jīngxǐ	<i>n.</i>	surprise
28	群体	群體	qúntǐ	<i>n.</i>	group
29	壁炉	壁爐	bìlú	<i>n.</i>	fireplace
30	就餐	就餐	jiùcān	<i>v.</i>	eat
31	量身定制	量身定制	liángshēndìngzhì	<i>idiom.</i>	customize
32	游戏	遊戲	yóuxì	<i>n.</i>	game
33	项目	項目	xiàngmù	<i>n.</i>	project
34	举办	舉辦	jǔbàn	<i>v.</i>	hold
35	产生	產生	chǎnshēng	<i>v.</i>	engender

序号	简体	繁体	拼音	词性	英语翻译
36	联想	聯想	liánxiǎng	<i>n.</i>	association
37	升华	昇華	shēnghuá	<i>n.</i>	sublimation
38	逢	逢	féng	<i>v.</i>	meet
39	摄影	攝影	shèyǐng	<i>n.</i>	photography
40	重视	重視	zhòngshì	<i>v.</i>	value
41	团聚	團聚	tuánjù	<i>v.</i>	reunite
42	体现	體現	tǐxiàn	<i>v.</i>	embody
43	抢占	搶佔	qiǎngzhàn	<i>v.</i>	seize
44	至高点	至高點	zhìgāo diǎn	<i>NP.</i>	highest point
45	生根发芽	生根發芽	shēnggēn fāyá	<i>idiom.</i>	take root

专有名词 Proper nouns

1	必胜客	必勝客	Bìshèngkè	Pizza Hut
2	环宇搜奇	環宇搜奇	Huányǔ Sōuqí	World Exploring
3	腊味丰年比萨	臘味豐年比薩	Làwèi Fēngnián Bǐsà	Chinese New Year Style Pizza
4	祈福迎祥大餐	祈福迎祥大餐	Qífú Yíngxiáng Dàcān	Happy New Year Meal
5	蜀中大将大餐	蜀中大將大餐	Shǔzhōng Dàjiàng Dàcān	Sichuan General Meal
6	四川	四川	Sìchuān	Sichuan
7	母亲节	母親節	Mǔqīnjié	Mother's Day
8	父亲节	父親節	Fùqīnjié	Father's Day

案例分析与讨论 Analysis and discussion

一、选择正确答案 Choice

- 必胜客什么时候开始向“欢乐餐厅”转型? ()
 - 刚进入中国市场时
 - 突破100家分店时
 - 开设第500家分店时
 - 到中国开店十周年时
- 哪一款美食体现了世界珍奇美食与比萨的完美结合? ()
 - 环宇搜奇系列
 - 腊味丰年比萨

- C. 祈福迎祥大餐
D. 蜀中大将大餐
3. 哪一款美食具有四川特色? ()
A. 环宇搜奇系列
B. 腊味丰年比萨
C. 祈福迎祥大餐
D. 蜀中大将大餐
4. 年轻人喜欢到必胜客就餐的原因, 以下哪个没有提到? ()
A. 整洁的就餐环境
B. 富有创意的摆设
C. 轻松的游戏项目
D. 热情周到的服务
5. 必胜客在父亲节举办过什么活动? ()
A. 互赠礼物
B. 摄影比赛
C. 绘画比赛
D. 亲子游戏
6. 关于必胜客的快乐营销, 以下哪个没有提到? ()
A. 价格
B. 美食
C. 环境
D. 活动

二、回答问题 Questions

1. 必胜客实现了什么样的转型?
2. 哪些欢乐美食体现了中西合璧的特点?
3. 必胜客的欢乐环境体现在什么方面?
4. 必胜客举办过哪些欢乐活动?
5. 必胜客在中国取得了怎样的成功?

三、案例讨论 Discussion

1. 为什么必胜客要从“休闲餐厅”转型到“欢乐餐厅”? 你对这种转型有何评价?
2. 对于必胜客在中国因地制宜推出美食的做法, 你怎么看待?
3. 必胜客如何通过举办活动让消费者产生快乐的联想, 请举例谈谈。
4. 在快乐营销方面, 你觉得必胜客还可以在哪些方面进行扩展?

语言技能练习 Drills of language skills

一、词语连线 Collocation

- | | |
|-------|--------|
| 1. 赢得 | 新年大餐 |
| 2. 推出 | 自我突破 |
| 3. 带来 | 一家西餐厅 |
| 4. 享受 | 摄影比赛 |
| 5. 重视 | 意外的惊喜 |
| 6. 举办 | 家庭的快乐 |
| 7. 开设 | 市场推广工作 |
| 8. 寻求 | 消费者的喜爱 |

二、选词填空 Cloze

- | | | | | |
|------|------|------|------|--------|
| ① 启用 | ② 体味 | ③ 调整 | ④ 转型 | ⑤ 因地制宜 |
| ⑥ 起点 | ⑦ 体验 | ⑧ 创意 | ⑨ 体现 | ⑩ 层出不穷 |

- 在必胜客过圣诞节可以_____到西方纯正的圣诞文化。
- 必胜客对部分产品进行了小幅提价，价格_____幅度为0.5元至2元。
- 在我看来，必胜客能够成功，不是赢在“过程”，而是赢在“_____”。
- 中国必胜客网站的内容充分_____了必胜客休闲餐饮的特色。
- 自今年6月底以来，必胜客_____了新的推广口号：“Pizza and More”。
- 必胜客最近全新推出了_____十足的平面广告。
- 现在必胜客的广告随处可见，创新不断，新品_____。
- 每到一个国家，必胜客做的第一件事就是_____，开始本土化运动。
- 4名来自北京某大学的学生开始了他们在必胜客为期一周的职场_____。
- 为了巩固市场地位，必胜客早就计划从“比萨专家”_____为“西式休闲餐饮专家”。

三、连句成段 Construction of passage

- A 除了降价以外

B 以满足中国人的口味

C 必胜客还推出一系列中国美食精品

排序：_____
- A 缩短了中国与世界的距离

B 必胜客进入中国21年

C 也提升了人们对生活品质的追求

排序：_____