

话说今日中国

刘谦功 编著

北京大学出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

话说今日中国/刘谦功编著. —北京:北京大学出版社,1999.5
ISBN 7-301-04153-5

I. 话… II. 刘… III. 风俗习惯-中国-对外汉语教学-教材 IV. H195.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 12110 号

书 名: 话说今日中国

著作责任者: 刘谦功

责任编辑: 齐语红

标准书号: ISBN 7-301-04153-5/H·455

出版者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村北京大学校内 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn/cbs.htm>

电 话: 出版部 62752015 发行部 62754140 编辑部 62752032

电子信箱: zpup@pup.pku.edu.cn

排 印 者: 北京大学印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787×1092 16 开本 18.5 印张 350 千字

1999 年 5 月第一版 1999 年 5 月第一次印刷

定 价: 46.00 元

前 言

本教材适用于对外汉语中高级阶段教学,兼顾阅读和口语,即读与说并重,以读导入并充实说,以说检验并深化读。此创意基于这样一个思路:听说读写虽是四种不同的语言技能,但它们都根植于人类的思维,并不是孤立存在的。简言之,听与读是输入,说与写是输出,所以读与说之间是有着内在联系的。本教材试图把这种联系揭示出来并体现在教学中,在融外语学习的输入与输出为一体方面做一个新的尝试。而且在实际教学过程中,听说读写四项基本技能的训练不是也不可能孤立地进行,而是互相联系、互相渗透、相辅相成的,无论是从输入的角度切入输出,还是从输出的角度切入输入,都会收到更好的效果。

本教材以话题为线索编排,共有20个话题,可供每周4—6学时、每学期18—20周的课堂教学使用一学年。如为短期教学,则可任意选择其中的若干个话题。教材内容涉及当今中国的热门话题,选入的文章根据教学需要做了改动,编排顺序从阅读文章的难易程度、口语表达的难易程度、话题内容的严肃与轻松等多方面综合考虑。每个话题有两大部分,第一部分为阅读文章,每篇文章后面有提示、注释和练习,注释又分为词语、句式、文化背景知识三个方面,这一部分旨在提高学生的阅读能力并为学生进行口语表达提供素材。第二部分为口语表达,形式包括讨论、演讲、辩论三种,并有提示、语料和用语,供学生表达时参考。这一部分旨在让学生加深对所读文章的理解,并利用已读过的材料进行高层次的口语表达。

本教材有两个附录,附录一是口语表达指导,简要地介绍了本教材涉及的三种口语表达形式——讨论、演讲和辩论,目的是给学生一些理性知识,使学生能够有意识、成系统地进行高层次成段表达的学习和训练;附录二是注释索引,包括词语、句式、文化背景知识三个方面,以方便学生在学习的过程中查找有关资料。

本教材作为一种新的尝试,欢迎各界人士提出宝贵意见。

编著者

1998年12月12日

目 录

话题一 中国快餐向何处去	1
阅读文章一 中国快餐向何处去?	1
阅读文章二 中式快餐快点走!	7
口语表达: 讨论	11
话题二 父母应当怎样爱孩子	13
阅读文章一 给孩子明智的爱	13
阅读文章二 孩子这样评判父母	21
口语表达: 讨论	25
话题三 我看中国旅游业	27
阅读文章 “合纵连横”:中国旅游业发展的历史抉择	27
口语表达: 讨论	36
话题四 回归田野	38
阅读文章一 都市人梦想当农民	38
阅读文章二 蓝色梦幻曲	43
口语表达: 演讲	47
话题五 汽车进入中国家庭是喜还是忧	49
阅读文章 轿车何时到你家	49
口语表达: 辩论	61
话题六 如何面对银色浪潮的冲击	64
阅读文章一 中国面临迅猛发展的老龄化挑战	64
阅读文章二 应变何须待穷时	71
口语表达: 讨论	77
话题七 21 世纪的中国人钱往哪里花	80
阅读文章一 21 世纪的中国人钱往哪里花	80
阅读文章二 1998 年中国居民消费的基本特征	88
口语表达: 讨论	91
话题八 漫谈东西方教育	94
阅读文章 东西方教育思路比较	94
口语表达: 讨论	103
话题九 迎接信息化社会的到来	105
阅读文章一 第三次革命正在引爆	105

阅读文章二 “网友”:社交新趋势	110
阅读文章三 才辞铅与火,又别纸与笔,我们还将告别什么.....	113
口语表达: 演讲	117
话题十 广告评说	119
阅读文章一 广告对中国居民消费行为的影响日益加深.....	119
阅读文章二 广告与幻觉.....	125
口语表达: 辩论	131
话题十一 走向海洋新世纪	134
阅读文章一 中国走向蓝色海洋 世界进入海洋世纪.....	134
阅读文章二 走向海洋新世纪.....	138
口语表达: 演讲	146
话题十二 城市雕塑与公共环境	148
阅读文章 寻找城市雕塑.....	148
口语表达: 讨论	156
话题十三 传统文化在现代还重要吗	158
阅读文章一 节日贺卡.....	158
阅读文章二 现代的古典文化学校.....	162
口语表达: 讨论	168
话题十四 就业观念必须不断更新	170
阅读文章 中国青年就业观三大变化.....	170
口语表达: 讨论	177
话题十五 离婚率上升是社会的进步还是社会的不幸	179
阅读文章一 对当前离婚案件的分析与思考.....	179
阅读文章二 关于离婚.....	184
口语表达: 辩论	190
话题十六 国际大都市离中国还有多远	192
阅读文章 国际大都市离我们还有多远?	192
口语表达: 讨论	201
话题十七 生活质量怎么提高.....	203
阅读文章 北京人生活质量调查.....	203
口语表达: 讨论	212
话题十八 衣食住行与环境保护	214
阅读文章一 环境消费:新的消费风景线	214
阅读文章二 消费与污染.....	219
口语表达: 讨论	225
话题十九 我们应当留住历史.....	227

阅读文章一 城市,请留住历史	227
阅读文章二 城市,在新与旧之间	234
口语表达: 演讲	241
话题二十 用生命去探险值得不值得	243
阅读文章一 “探险精神”议.....	243
阅读文章二 揭开楼兰古城的神秘面纱.....	248
口语表达: 辩论	255
附录一 口语表达指导	258
附录二 注释索引	262

话题一 中国快餐向何处去

阅读文章

一 中国快餐向何处去？

洋快餐的冲击

初冬的北京街头，一位两岁的小女孩见到远处麦当劳餐厅那黄色的“M”标志时，竟欢呼雀跃：“奶奶！快看麦当劳！”

80年代中期“来到”北京的肯德基家乡鸡，以其与众不同的文化特质和异国情调很快风靡，随后“闯入”北京的色彩艳丽的“麦克唐纳”小丑形象更使麦当劳汉堡包家喻户晓。

几年来，以肯德基和麦当劳为代表的西式快餐很快在中国大中城市的黄金地段堂而皇之地站稳了脚，那气派，让很多历史悠久的中国餐馆也有些相形见绌。

在北京有名的商业街王府井，西式快餐肯德基、必胜客、大磨坊和麦当劳等世界著名快餐店大行其道。麦当劳生意火爆，几乎每家分店都是人满为患。在上海，肯德基家乡鸡虽然开业不到七年，却已建立了24家分店。此外，美国人在北京开的“必胜客”、法国人开的“大磨坊”等也因利丰而迅速发展连锁经营，使得洋快餐店牢牢占领了京城餐饮业的一隅。

中式快餐为何不温不火？

正是洋快餐的抢滩，促使起步较晚的中式快餐奋起直追。一时，快餐公司及连锁店呈群雄并起之势，但真正打响品牌的并不多。面对洋快餐的铺天盖地之势，喜欢花样翻新的食客们不免要发出几多感慨：中式快餐为什么总是潮起潮落？

笔者一次到一家肯德基快餐店附近的中式快餐厅就餐，此餐厅的

装修似乎借鉴了隔壁的肯德基店,显得简洁、明快,餐具也是一次性的。可是一看菜谱:什么红烧鸡块、焖扁豆、烧牛肉、熘肉片……几乎全部来自中国餐馆里的传统菜谱。再向服务小姐请教菜的做法,答曰:“平时你们家怎么做的,就怎么做。”难怪有专家指出,严格地说,中国的快餐大都还只能算是方便餐、套餐,是介乎传统餐饮和现代快餐之间的一种形式。

在这个生活节奏加快,流行快餐的时代,还有众多的传统小吃“摇身一变”,换上了快餐的时髦“外衣”,北京眼下正风行的饺子馆也打出了快餐的旗号。但是有人发问:快餐仅仅就体现一个“快”吗?为什么有着悠久历史的饺子进了整洁、高雅的店堂就变成了“快餐”?它能成为麦当劳的“巨无霸”的对手吗?为什么各地麦当劳的炸薯条永远是脆的,而各家饺子馆的饺子却难以做到每碗都筋道?为什么洋快餐的营业时间持续一整天客流不断,而饺子馆只有正餐时才有客流?“巨无霸”、“汉堡包”、“比萨饼”进店吃、店外吃均可,而饺子却显然不宜带出店门……

也许,在这些“为什么”的背后,正暴露出中式快餐和西式快餐之间的差距。真正意义上的快餐是现代生活节奏加快后应运而生的工业产品,中式快餐的发展之所以落后于洋快餐,是因为缺乏标准化操作和工业化生产。中国的小吃,都以小作坊的形式存在,量小,靠经验操作,很难保证产品质量的稳定与统一。中国饮食界历来又不愿在小吃上做大投资,搞大发展;从事小吃业的人,往往又缺乏高层次文化修养及管理能力,因此也就造成了中国快餐业的空当。

向洋快餐挑战的“红高粱”

从先前的“荣华鸡”到今天的“红高粱”,越来越多富有美食经验的中国人开始将眼光瞄准市场前景看好的快餐。

在北京王府井麦当劳斜对面一座大厦一楼的外墙上,挂满了“吃”的招牌中夹着一块火红火红的招牌,“红高粱”赫然醒目。这是家经营羊肉烩面的中式快餐店。

中午时分的店堂挤满了人,柜台前排起了长队。“红高粱”名虽“土”,但店堂里的一切,却都是典型西式快餐店的模样。

羊肉烩面,实际上就是汤面,有面有汤,面条宽宽的,筋道爽口,羊肉肉烂,一般10多元钱一人就能吃饱吃好。一位来自天津的客人说:“到北京把洋快餐差不多尝了个遍,红高粱价廉物美,还是咱们中国饭对咱中国人的口味。”

这家创立于1995年4月15日的快餐连锁公司目前在河南、河北、海南、北京已拥有13家分店,计划在两年内,在全国其他地方还将开出多家分店。

在京城,红高粱把地址选择在寸土寸金的王府井,选择在京城第一家麦当劳的对面,就是要和洋快餐比试比试,在激烈的竞争中为中国快餐争一席之地。

当然,麦当劳的优势举世公认。红高粱的根基在于五千年中国饮食文化的传统,它除了有营养全、口感好、价格低等一般中式快餐优点外,还学习西式快餐的长处,如统一质量及服务标准,建立连锁网络等。

有一种说法,在麦当劳1.5公里以内开快餐店就等于自寻死路。红高粱离麦当劳大约10米。想到前几年雄心勃勃,在京城盛极一时,如今却好景不再的香妃烤鸡等,中式快餐或衰落或败北,昙花一现,原因何在?管理、促销的乏术,服务、口味上难以超越,等等。土生土长的红高粱及其他这几年新冒起的中式快餐只有汲取其教训,才能避免重蹈覆辙。

中式快餐向何处去?

麦当劳出售的不仅是汉堡包,还有她的异国文化。麦当劳到底能符合多少中国人的口味?有多少人是真拿着那汉堡包和奶昔当饭吃?中国在饮食上有五千年的历史,是个美食大国,小吃多得难以计数,倘若能像麦当劳那样经营某种中国小吃,肯定能与洋快餐抗衡。

与洋快餐相比,中式快餐的优势首先在于它的口味是最符合中国人的饮食习惯的;其次是价格相对较低。麦当劳店的北京总经理曾问采访他的记者:“你知道1995年台湾从南到北最流行的快餐是什么?是原产于天津的狗不理包子。”

从中式快餐存在的问题来看,规模化、机械化、标准化是中式快餐

今后发展的必然趋势,同时要营造好的就餐环境和优质服务,经营上要有特色。

快餐业是一个充满科学性和现代技术的产业,一个快餐店成功的背后必须有严格的管理、规范化的操作、高水平的从业人员素质、鲜明的个性和独特的文化氛围。从这个意义上讲,中国的快餐业还远处于起步和探索阶段,中国的快餐时代也远没有到来,而探索者的机会正在于此。

选自《今日中国》1997年第4期,作者 陈 健

提 示

这篇文章餐饮业方面的词汇较丰富,在理解的同时还应注意掌握用法,以便讨论时使用。

注 释

(一)词语

1. 雀跃:高兴得像雀儿一样地跳跃。
2. 风靡:形容某种事物很流行,像风吹倒草木一样。同义词:风行。
3. 家喻户晓:每家每户都知道。
4. 堂而皇之:形容十分体面或气派很大。
5. 相形见绌:相比之下远远不如。
6. 大行其道:大张旗鼓地进行。
7. 火爆:旺盛,红火。例:生意火爆、场面火爆。
8. 抢滩:抢先占领地盘。
9. 品牌:指产品的专用名称。
10. 铺天盖地:形容声威浩大,来势凶猛。
11. 摇身一变:神话中的人物一晃身子就变成别的形体。现指某个人或某种事物更换面目出现。
12. 筋道:指食物有韧性,耐咀嚼。例:四川凉面真筋道。
13. 应运而生:原指应天命而降生,现泛指顺应时机而产生。
14. 空当:空隙。

15. 瞄准:针对,对准。
16. 网络:由许多互相交错的分支组成的系统。例:销售网络、信息网络。
17. 败北:打败仗。
18. 昙花一现:昙花开放后很快就凋谢。比喻稀有的事物或显赫一时的人物出现不久就消逝。同义词:转瞬即逝。
19. 促销:促进销售。
20. 重蹈覆辙:再走翻过车的老路。比喻不吸取失败的教训,重犯过去的错误。
21. 抗衡:对抗。
22. 营造;建造。
23. 氛围:周围的气氛和情调。

(二)句式

1. 以……为……;即“把……当做……”。例:
 - (1)几年来,以肯德基和麦当劳为代表的西式快餐很快在中国大中城市的黄金地段堂而皇之地站稳了脚,那气派,让很多历史悠久的中国餐馆也有些相形见绌。
 - (2)在服装界,一种以朴素、自然为美的时尚正在悄然兴起,这种现象反映了现代人返璞归真的心态。
2. 之所以……,是因为……:表示因果关系,强调原因或理由。例:
 - (1)真正意义上的快餐是现代生活节奏加快后应运而生的工业产品,中式快餐的发展之所以落后于洋快餐,是因为缺乏标准化操作和工业化生产。
 - (2)和平共处五项原则之所以表现出如此强大的生命力,是因为它公正地反映了一切国家的根本利益,能够为一切国家所接受。
3. 只有……,才能……:用于条件复句,说明只有具备某种条件,才能达到某种结果。例:
 - (1)土生土长的红高粱及其他这几年新冒起的中式快餐只有汲取其教训,才能避免重蹈覆辙。
 - (2)只有那些有知识、有远见的母亲,才能给予孩子无私而明智的爱。
4. 不仅……,还有……:表示两种事物同时存在或应同时具备。例:
 - (1)麦当劳出售的不仅是汉堡包,还有它的异国文化。
 - (2)要真正搞好环境保护,我们需要做的事情不仅是提高教育水平,还有制定健全的法律。
5. 倘若……,肯定……:说明假设的情况实现后将会产生的结果。例:
 - (1)中国在饮食上有五千年的历史,是个美食大国,小吃多得难以计数,倘若能

像麦当劳那样经营某种中国小吃,肯定能与洋快餐抗衡。

(2)倘若汛期之前我们没有把全部人力、物力投入到防汛工作中去,肯定会出现令人意想不到的严重后果。

(三)文化背景知识

1. 王府井

北京最繁华、最著名的商业街之一。得此名一是因为明朝在营建紫禁城时曾经在这里建了座十王府,当时封王的皇子成年后尚未赴封国前,要搬出皇宫住在这里;二是因为这里曾经有一口远近闻名的甜水井,在皇帝统治时期,由于怕破坏了皇室的风水,靠近皇城的土地是不允许随便动土挖井的,所以附近居民都到这儿来汲水。

2. 狗不理包子

狗不理包子是天津的传统风味小吃,其来历可追溯到一百多年前清朝同治年间。当时,一个大名叫高贵有、小名叫狗不理的男孩儿从家乡来到天津,在一家蒸食铺做小伙计。这家铺子专卖什锦蒸食和肉包。高贵有专管做包子,他做的包子很好吃,卖得很快。后来他攒足了钱,自己开了家包子铺。人们喊惯了他的的小名狗不理,也就把他的包子铺称为狗不理包子铺,把他做的包子称为狗不理包子。狗不理包子用料考究、味道鲜美,名气越来越大,流传越来越广,目前狗不理包子铺的分店已遍及中国各地,生意越来越兴隆。

练 习

(一)判断正误

1. 最先闯入中国的洋快餐是麦当劳。()
2. 在北京,最受欢迎的洋快餐主要有麦当劳、肯德基、必胜客、大磨坊。()
3. 面对洋快餐的冲击,中式快餐急起直追,新建了很多营业餐点。()
4. 中式快餐很快占领了市场,打响了自己的品牌。()
5. 尽管洋快餐生意火爆,但仍然比不上历史悠久的中式快餐。()
6. 生活节奏的加快使快餐很流行。()
7. 作为快餐店,饺子馆与麦当劳餐厅的差异并不仅仅在于口味。()
8. “红高粱”快餐店卖的是中式快餐,店堂布置却是西方风格。()
9. “红高粱”快餐店生意十分兴隆,中国许多地方都有它的连锁店。()
10. 西式快餐的优势在于物美价廉。()

(二)回答问题

1. 洋快餐为什么能迅速在中国站稳脚?
2. 中式快餐始终不温不火的原因是什么?
3. 中式快餐向洋快餐挑战说明了什么?
4. 你认为中国应当怎样发展中式快餐?
5. 谈谈你们国家的快餐业。

二 中式快餐快点走!

传统与现代的关系

我国是发展中国家,传统餐饮不可能在短时期内过渡到现代快餐。即便是经济大大发展了,由于人们对烹饪艺术的追求,一些传统餐饮也没有必要发展为现代快餐。因此,传统餐饮与现代快餐仍然要长期并存。传统餐饮只要与连锁、配送等现代化的经营方式结合起来,就会表现出较强的生命力。

中与西的关系

西式快餐的进入,既给我们带来了现代的先进的成功经验,又丰富了我国快餐业的市场。中国快餐的市场定位于中式快餐,是由中国饮食文化的民族性决定的,这不意味着排斥西式快餐,但要立足于中国人、中式风味、中国特色上。应在博大精深的饮食文化中汲取精华,同时吸取西式快餐的先进经验,开发出具有特色的中国快餐市场,也为中式快餐打到国外奠定良好基础。

快餐与正餐的关系

快餐属于为人们提供日常消费的大众化餐饮,体现在价位上,快餐低于正餐,应“价格低廉”。目前快餐市场的价格与人们的收入相比,“价格低廉”体现得不够明显。快餐的大众性是永恒的,快餐市场可按市场

学原理进一步细分成休闲购物、旅游、集团(职工工作餐、中小學生午餐)等多种形式。

企业与政府和社会的关系

餐饮业需要人才、技术、资金作支撑。快餐企业既要眼睛向内练内功,又要取得政府、社会的支持。国家主管部门要组织对中式快餐的工艺、设备、管理、经营等进行研究和开发,最终建立中式烹饪工业化生产、连锁式经营的现代化生产营销体系。要以大专院校、科研单位为攻关队伍,以快餐企业为实体,以政府宏观调控机构的职能为保障,使中式快餐成为我国新的经济增长点。

选自《人民日报》1998年2月9日,作者 杨铭铎

提 示

本文短小精悍,条理清晰,可作为发言提纲的模式进行模仿。

注 释

(一)词语

1. 烹饪:做饭做菜。例:烹饪技术、烹饪学校。
2. 定位:把事物放在适当的地位并做出某种评价。
3. 立足:处于某种立场。
4. 博大精深:范围广博,内容丰富。
5. 汲取:吸取。例:汲取营养、汲取水分。
6. 精华:事物最重要、最好的部分。
7. 奠定:使稳固,使安定。
8. 支撑:抵抗住压力,使事物能保持住。
9. 内功:原指锻炼身体内部器官的武术或气功,此处借指企业运作的内部机制。
10. 攻关:攻打关口,比喻努力突破科学、技术等方面的难点。
11. 实体:实际存在的起作用的组织或机构。例:经济实体、文化实体。
12. 宏观:指大范围的或涉及整体的。反义词:微观。

13. 调控:调节和控制。

(二)句式

1. 即便是……,也……:表示假设。例:

(1)即便是经济大大发展了,由于人们对烹饪艺术的追求,一些传统餐饮也没有必要发展为现代快餐。

(2)探险即便是要付出生命的代价,也不能使那些勇敢者畏缩不前。

2. 只要……,就……:用于条件复句,说明具备了某种条件就会获得或产生某种结果。例:

(1)传统快餐只要与连锁、配送等现代化的经营方式结合起来,就会表现出较强的生命力。

(2)在河水暴涨的情况下,只要有一点疏忽,水库就有决堤的危险,那时危及的决不仅仅是水库附近的几个村镇,而且还有下游几百万人民的生命财产。

3. 既……,又……:表示并列关系。例:

(1)西式快餐的进入,既给我们带来了现代的先进的成功经验,又丰富了我国快餐业的市场。

(2)旅游是一项极其有益的活动,既能促进人们的健康,又能丰富人们的知识。

4. ……意味着……:表示含有某种意义。例:

(1)中国快餐的市场定位于中式快餐,是由中国饮食文化的民族性决定的,这不意味着排斥西式快餐,但要立足于中国人、中式风味、中国特色上。

(2)草地是维护土地不被沙化的生命的屏障,人类善待草地,就意味着善待自己。

(三)文化背景知识

发展中国家

指经济比较落后,正在全力进行经济建设的国家。中国工业基础十分薄弱,与发达国家相比国民生产总值较低,所以属于发展中国家。

练 习

(一)分析下列句子内部的语义关系:

例:要在企业管理方面具备良好的素质,既需要有高度的责任心,又需要有敏锐的洞察力。

第一层:假设——要……,……。

第二层:并列——既……,又……。

1. 我国是发展中国家,传统餐饮不可能在短时期内过渡到现代快餐。
2. 即便是经济大大发展了,由于人们对烹饪艺术的追求,一些传统餐饮也没有必要发展为现代快餐。因此,传统快餐与现代快餐仍然要长期并存。
3. 中国快餐的市场定位于中式快餐,是由中国饮食文化的民族性决定的,这不意味着排斥西式快餐,但要立足于中国人、中式风味、中国特色上。
4. 快餐属于为人们提供日常消费的大众化餐饮,体现在价位上,快餐低于正餐,应“价格低廉”。目前快餐市场的价格与人们的收入相比,“价格低廉”体现得不够明显。
5. 快餐企业既要眼睛向内练内功,又要取得政府、社会的支持。

(二)选择正确答案:

1. 中式快餐亟待发展,因为
 - (1)要与西式快餐竞争
 - (2)人民生活水平提高了
 - (3)中国要成为发达国家
 - (4)生活节奏加快了
2. “处理好传统与现代的关系”是指:
 - (1)使传统餐饮在短时期内过渡到现代餐饮
 - (2)大力发展国民经济
 - (3)努力提高烹饪水平
 - (4)将传统快餐与现代经营方式结合起来
3. “处理好中与西的关系”是指:
 - (1)古为今用
 - (2)洋为中用
 - (3)中西合璧
 - (4)推陈出新
4. “处理好快餐与正餐的关系”是指:
 - (1)降低快餐价格
 - (2)提高人们的收入
 - (3)深入研究市场学
 - (4)让快餐进入正餐领域
5. “处理好企业与政府和社会的关系”是指:
 - (1)得到政府有关部门的支持
 - (2)得到社会各方面的合作

- (3)得到科学研究机构的帮助
- (4)包括以上三者
- 6. 这篇文章最突出的特点是:
 - (1)语言流畅
 - (2)条理清楚
 - (3)词汇丰富
 - (4)含义深刻

口语表达:讨论

提 示

社会不断发展
生活节奏加快
快餐应运而生
如何发展快餐

语 料

(一)词语

与众不同 风靡 家喻户晓 黄金地段 相形见绌 大行其道 火爆 人满为患 奋起直追 连锁店 品牌 铺天盖地 借鉴 时髦 风行 客流 应运而生 挑战 典型 口感 价廉物美 口味 创立 寸土寸金 一席之地 举世公认 网络 雄心勃勃 昙花一现 促销 重蹈覆辙 美食 难以计数 抗衡 营造 氛围 起步 竞争 烹饪 长期并存 丰富 排斥 立足 风味 特色 汲取 精华 大众化 经营 营销 宏观 微观 调控

(二)句式

1. 以……为……
2. 之所以……,是因为……
3. 从……到……
4. 只有……,才能……