

前言

大风泱泱，大潮滂滂。当代商务中文教学肇始并兴盛于中国的改革开放。20 世纪 80 年代，中国对外开放国策在全球震响，世界各国、各地区了解中国、认识中国、走近中国的愿望前所未有地强烈，与中国开展经贸合作的意愿空前高涨，由此带动了商务中文学习的热潮，商务中文教材出版也一度蓬勃发展。20 世纪 90 年代和 21 世纪初的第一个 10 年，商务中文教材的出版工作取得了显著的进展，推出了一批教材，在一定程度上满足了当时的商务中文教学需求。但是，近年来商务中文教材新作寥寥。同时，随着中国改革开放的不断深化和中国经济的高质量发展，商务环境也在发生着巨大的变化，商务中文的教学内容也需要不断更新换代。特别是人工智能和数字教育的发展，不断推动着人们的认知层次和教育观念的升级，也推动着国际中文教育教学的改革创新。在此国际大背景和教育大环境下，吾辈同人齐力编著“丝路行商务中文”系列教材，以应对新时代国际经济贸易合作发展的中文教育之需。

一、教材设计理念及特色

商务中文的基本要素为中文、商务、文化，商务中文教学的目标是培养懂中文、通商务、知中国的国际商务人才。本系列教材在设计理念上坚持以“中文+商务+文化”三位一体的知识体系为核心内容，以“知识传授、能力培养、素质提高”三维并举为课程育人目标，以商务中文技能、经济理论知识与中国商务环境及文化为训练内容，坚持理论与实践相结合、知识与技能相统一、教书与育人相关照的基本原则，参照《国际中文教育中文水平等级标准》《经贸汉语本科教学词汇大纲》《BCT 考试大纲》等标准与大纲，线上与线下相结合，传统纸质资源与数字资源相配套，搭建起跨学科的商务中文知识体系和灵活高效的学习途径。

本系列教材的特色主要体现为以下六个方面。

1. 情景化教学设计，以真实的商务场景助力中文习得

本系列教材以真实的商务场景为依托，通过模拟真实工作环境中的语言交流，构建沉浸式中文学习环境，帮助学习者在情景浸润中自然习得语言和文化知识。教材以情景功能为纲，参照真实的商务场景设置教学内容，每个单元均围绕典型的商务活动进行内容编排，如公司会议、市场调研、商务谈判等；淡化语法规则的讲解，重视引导学习者在具体的场景中习得语法规则，系统地训练其听、说、读、写综合技能；课文在故事情节中展开，通过特定商务场景和特定人物之间的语言交流，展示中文和中国商务文化的特点；练习重视创设并再现真实的语言环境，体现自然

语言状态，培养学习者在真实的工作场景中灵活运用所学知识的能力。

2. 全方位育人理念，培养国际化复合型人才

教材不仅要关注学习者语言技能的提升，还应该注重培养学习者的职业素养和跨文化沟通能力，注重引导学习者读懂中国、知华友华。本系列教材一方面坚持思想引领，在内容设计上强调叙事性和思想性，以案例为线索，选取富有时代特色的话题，以小故事描绘大时代，向学习者展示真实、立体的当代中国，帮助其感知中国的国家发展、人民愿望、市场形势、经济政策等，理解中国的国情与文化，助力其更好地与中国开展交流合作；另一方面，坚持以学习者为中心，在形式上充分满足学习者的实际需求，既设置“导学”“想一想”“练一练”等板块鼓励学习者自主学习、自主解决问题，又在“单元练习”“实践活动”等板块中引导其合作学习、共同探究，在保证其掌握核心知识和技能的同时，促进其全面发展，实现育人目标。

3. 三位一体内容建构，“中文+商务+文化”深度融合

本系列教材秉持“中文+商务+文化”三位一体的商务中文教学思想，不仅传授中文知识，还着力传递商务专业知识及商务文化内涵。中文和商务知识学习与能力训练作为显性设计，是每一课的核心内容；商务文化则作为隐性设计，巧妙地融入每一课的各个板块中，构建起多维、立体的内容体系，为学习者提供全方位的教学参考和学习指引。

4. 实践与任务协同驱动，在广阔的商务生活中提升学习者的语言应用能力

教育家杜威主张“学习即生活”，重视在实践中学习，在实践中提升知识水平和能力素养。本系列教材以“丝路行”命名，“丝路”象征着沟通中外的商务环境，“行”则具有两层含义：一方面体现了教材中的人物在中国的经济贸易活动；另一方面，强调以实践活动为主旨，突显“行”的导向。本系列教材在教学方法上注重实践训练，通过任务驱动的教学活动和实践项目，提高学习者在实践中习得知识、应用知识的专业实践能力。

5. 精细化知识输出，循序渐进地推动学习者实现自然习得

商务中文是最贴近通用中文的特殊用途语言，场景是语言习得和产出最重要的环境。本系列教材遵循“先用先出”“逐层递进”的原则安排知识点的教学顺序，语言点的选择和顺序安排在充分尊重和借鉴前辈学者研制的中文语法教学大纲和相关商务汉语考试大纲与词汇大纲的基础上，依据商务环境的需求进行了灵活的处理。为了便于学习者掌握，本系列教材对知识点进行了碎片化处理，先逐课训练，然后将碎片化的知识点统合为完整的知识系统，帮助学习者构建自我知识体系；练习题的设计循序渐进，由简入繁，逐级上升，即使是“挑战不可能”板块，也以趣味性和文化特征为主要考量，确保学习者稍加努力即可达成目标；所设定的实践任务充分考虑学习者所处的特殊环境及其能力水平，力求普适化、大众化、趣味化，注重寓教于乐，以潜移默化的方式推广中国文化，帮助学习者在轻松愉快的学习氛围中全面提升语言能力和文化素养。

6. 编写风格一以贯之，易于学习者使用

本系列教材分为初级、中级、高级3个级别，每个级别在编写风格上保持统一，各阶段语言

风格、编写体例、习题设计等均过渡自然，衔接流畅，上下贯通，逐层拔高，易于学习者使用、晋级。教材结构线条清晰，各板块相互搭配，为学习者构建系统的商务中文知识体系，全面引导学习者开展系统化学习，也便于教师灵活开展教学；教材语言风格简洁明了，亲切自然，无论是词语、课文，还是注释、练习，均注重语言的准确性、规范性、可理解性与实用性，易于学习者理解和应用；体例上，各级别有统一的基本板块，在此基础上，每个级别都有所创新，在内容难度、知识广度、思维高度等方面逐步提升，帮助学习者快速进入学习状态，提高学习效率；习题设计为阶梯形式，低阶为高阶做好铺垫，逐级上升，提升学习者信心和学习效果。

二、教材套系构成

本系列教材包括初级4册、中级2册、高级2册，共8册，是学习者全面系统掌握商务中文、了解中国商务大环境、谙熟中国商务文化的宝典。教材以一家经营服装类产品进出口业务的中外合资公司——唐达公司为商务背景，课文内容围绕唐达公司中方总经理唐云达、总经理助理王丽、市场部主任李方、外方驻华业务经理大卫等核心人物展开。这些人物在一个个类真实的商务场景中展开商务活动，为学习者提供中文、商务、文化的知识图景。

初级4个分册从中文零起点开始，围绕与商务工作紧密相关的场景，通过生动的对话帮助学习者了解生活中的商务文化，学习日常生活与工作中的商务中文基础知识。每课均包含4篇简短的对话，旨在为学习者提供特定情境中最具典型性和实用性的中文表达，使初学者能够迅速掌握基础商务中文交流技能，为开展商务工作做好准备。

中级2个分册以办公室商务活动为主题，围绕商务活动进行内容设计。课文包括2篇对话和1篇300～500字的短文，以培养学习者在日常工作中的专业沟通能力和商务文书写作能力。此阶段不仅强调学习者商务语言技能的提升，还注重培养其商务文化素养，帮助其在职场中自如地运用中文进行有效的沟通。

高级2个分册以商务业务为主题，立足于中国商务大环境，展示专业商务活动。课文包括1篇较长的商务谈判与1篇千字篇幅的短文，一方面帮助学习者进一步学习商务专门用途中文的语言形式；另一方面深入介绍中国社会的宏观经济政策以及改革开放的基本国策，帮助学习者更好地理解中国的商业环境和社会文化，使其成为知华友华的朋友和商业合作的伙伴，从而推动深层次的国际商务合作与文化交流。

三、教材适用对象

本系列教材可供商务中文方向的来华留学生、海外商务中文学习者、从事与中国有关的商务活动的各类人员以及关注中国经济发展情况的人士使用，旨在满足他们学习中文、商务知识、中国文化的需要，同时帮助他们提高商务素养和跨文化交际能力。这是一套专业、系统的商务中文教材。教材既提供了循序渐进的教与学的范本，又提供了实用、有效的常用商务中文表达，同时

还有模拟商务场景的实操训练，可用作各级、各类教学机构的综合课教材，也可用作学习者的自学教材。

四、致谢

本系列教材参与者较多。初级 1～4 册参编人员包括俄秀梅、孔海洁、李新悦、刘芳铭、刘思捷、牧珂羽、单雅男、沈庶英、王惠、王建杰、王锐、魏孟君、杨万琳、张甫吟、张小燕、张裕、郑培圆、周红燕、朱远（按音序排列）；中级 1、2 册参编人员包括俄秀梅、李新悦、刘芳铭、刘思捷、牧珂羽、单雅男、沈庶英、王建杰、王锐、张小燕、郑培圆、周红燕（按音序排列）；高级 1、2 册参编人员包括李新悦、单雅男、沈庶英、周红燕（按音序排列）。谨向各位参编人员的辛勤付出致以崇高的敬意和诚挚的感谢！

本系列教材的出版得到了北京语言大学出版经费的支持；同时还要特别感谢北京语言大学出版社陈维昌总编辑，他以真诚的态度和雷厉风行的工作作风促成了这套教材的出版；感谢北京语言大学出版社国际中文教育分社王巧燕、张彪、谭亚丽三位老师，是他们认真负责、耐心细致的工作，保证了这套教材的质量。在此一并致以最诚挚的谢意！

受时间、条件和水平所限，教材难免有不足之处，真诚期待读者提出宝贵意见，以更好地服务于广大商务中文学习者。

沈庶英

2025 年立秋日

使用说明

《丝路行商务中文 高级教程》是为母语非汉语的高级商务中文学习者编写的教材，可供商务中文方向的高年级来华留学生、海外高级商务中文学习者、在中国从事商务活动的各类人员，以及关注中国经济发展情况的人士使用，在满足他们学习中文、商务知识和中国文化等需求的同时，帮助其提高商务素养和跨文化交际能力。这是一套专业、系统、科学、立体的商务中文教材，既提供循序渐进的教与学范本，又提供实用有效的常用商务中文表达，同时还提供模拟商务场景的实操训练。本教材可作为听、说、读、写综合训练的课堂教学教材，也可作为学习者的自学教材。

一、教学目标

1. 语言能力目标

熟练运用中文进行正式的商务活动。掌握工作环境中的常用商务词语和句式，熟练运用商务正式语体进行工作交流。

2. 专业能力目标

了解专业的商务理论知识，熟悉现代商务规则和 workflows，熟知商务沟通技巧。

3. 文化能力目标

了解中国特有的商务物质文化、制度文化、行为文化和精神文化，能够得体地运用商务礼仪参与商务工作。

二、教材体例

《丝路行商务中文 高级教程》共 2 册，每册 8 个单元，每个单元设有对话课文和短文课文各 1 篇，共 32 篇。每单元设置导学、词语、课文、注释、想一想、练一练、常用表达形式、词语辨析、单元练习、知识拓展、文化交流等 11 个板块。

1. 导学

每课开头设有 2 ~ 4 个导学问题，围绕本课的语言风格和特点、商务知识、重点词语、常用表达等方面，引导学习者自主学习，提前了解本课的重点知识。导学指令对学习内容和目标成果给出明确的指导和建议，便于学习者有的放矢，做好知识储备，提前梳理本课知识体系。

2. 词语

生词借鉴《国际中文教育中文水平等级标准》《经贸汉语本科教学词汇大纲》的等级划分，精心选取常用且实用的词语，力求少而精，以减轻学习者的学习负担，提高学习效率。词语排列以在课文中出现的先后为序，每个词语均给出词形、拼音、词性、简要释义、常用搭配及2个例句。例句力求提供相对完整、真实的商务场景，便于学习者理解和运用词语。第1册共有216个生词，第2册共有211个生词，总计427个生词。每课生词数量在20个以内，分布大体均衡。

3. 课文

课文延续了初级、中级的情节叙事手法，对话课文以发生在唐达公司的业务活动为焦点，突出故事性，为学生提供典型、专业、实用的商务环境口语表达。在此基础上，短文课文拓展到中国的经济发展和国际合作领域，讲述以中国式现代化推进中华民族伟大复兴、构建人类命运共同体的中国故事，为对话课文提供商务和时代背景。每单元的对话课文与短文课文相互关联，互为补充，以帮助学习者构建“中文+商务+文化”三位一体的知识体系。

4. 注释

每课对课文中出现的专业商务术语和概念，以及难以理解、容易引起学习者困惑的词语或句子进行必要的解释和说明，以帮助学习者更好地理解课文内容，提高学习效率。

5. 想一想

本板块针对课文主体内容和具体细节精心设置6个问题，旨在引导学习者深入思考并理解课文的思想和内容。这一板块既可以考查学习者的阅读理解能力，又有助于学习者迅速梳理并掌握课文结构和细节内容，提升其阅读能力和思维水平。

6. 练一练

每一课的练习题设计旨在帮助学习者巩固语言知识、提升商务中文运用能力，为单元综合与实践练习做铺垫。练习题围绕明确的训练点展开，类型多样、由浅入深、难度逐步提升，遵循循序渐进原则。单数课习题侧重词语运用和口语对话，包括连线并朗读、选择合适的词语填空并朗读句子、用所给词语完成对话3种题型；双数课习题聚焦句子构建与语境把握，包括用所给词语完成句子、根据上下文续写句子、排列句子顺序3种题型。练习题的设计兼顾学习者的兴趣与成就感，可以帮助学习者更好地掌握语言知识和技能。

7. 常用表达形式

本板块以单元为单位，聚焦实际应用，结合商务场景中的真实语料，提炼并选取典型的表达形式。从用法解析入手，注重阐释常用表达形式在商务环境中的使用规则，使学习者能够准确理解并恰当运用。

8. 词语辨析

本板块以单元为单位，每组精选2~4个词语进行辨析，提供全面的词语信息，包括意义、

用法、常用搭配、例句等。通过对比讲解，学习者可以深入理解词语间的细微差别。提供的例句可以帮助学习者在真实的交际环境中正确使用词语。同时，根据课文中出现的相关用法，教材也适当扩展了词语的其他应用场景。

9. 单元练习

本板块紧扣单元主题与目标，注重实践操作，倡导合作学习，练习设计简洁可操作，避免繁复训练。单元练习有以下5类题型：“理解下面词语或句子的意思”聚焦单元关键词与重点句，考查学习者对课文细节的把握和对文化的理解；“选择合适的词语填空”考查学习者对词语辨析部分的理解和掌握程度；“用所给词语改写下面的句子”考查常用表达形式的灵活运用，帮助学习者深刻体悟相关表达在实际场景中的应用；“根据课文内容 / 要求完成下面的任务”为学习者搭建“三步走”的脚手架，逐步提高学习者对词语、句子、语段的运用水平，实现课文知识运用、拓展与创意思维的三步跨越；“实践活动”尽力创设真实或类真实的商务环境，引导学习者综合运用本单元知识完成实践任务并分享实践成果。

10. 知识拓展

本板块以单元为单位，旨在拓宽学生的视野，提供中国特色的商务知识、商务礼仪和商务语言技巧等内容，补充并完善课文主体知识，提高学习者的商务素养，并增强其学习获得感。

11. 文化交流

本板块为初级、中级至高级的一贯式设置，内容由浅入深，从文化现象介绍到商务环境、政策和发展策略解读，再到文化思想体悟，逐层递进，不断深化，为学习者提供理解、讨论和深入探究的平台。高级教材每个单元介绍一句关于中国传统文化的经典话语或一项有关中国发展的战略目标、重要举措，阐释经典语句中体现的文化理念，为学习者提供感受中国传统文化和当代中国发展的广阔视角。

三、教材特色

1. 选取富有时代特色的话题，展示真实、立体的中国

教材以案例为线索，强调叙事性和趣味性，选取富有时代特色的话题，以小故事描绘大时代，向学习者展示真实、立体的中国。精心选取学习者关注、世界关心的话题，如：从广交会和进博会两个国际性展会，看中国向世界开放市场的决心；从经济生产中的低碳、“绿水青山就是金山银山”的理念看中国的新发展理念；从科学家袁隆平的梦想看中国梦；从海尔出海，看“中国制造”到“中国智造”的创新；从日常的高铁感受中国速度的日新月异；从北斗、AI看中国科技带给世界的新机遇；从一个区县的发展变化，看中国美丽新农村的面貌……以点带面，以小见大，提供更广阔的经济视角，帮助学习者理解中国的基本国情、市场特点、经济政策，以便更好地与中国开展交流合作。

2. 以学习者为中心，突出育人功能，注重全面发展

教材注重学习者的全面发展，以学习者的实际需求为出发点，设计了“中文+商务+文化”三位一体的知识内容体系。“导学”“想一想”“练一练”等板块强调学习者自主学习，培养其自主解决问题的能力；“单元练习”倡导学习者进行合作学习、探究学习，培养其创新思维和团队合作精神；“知识拓展”等板块为学习者补充实用技巧，如面试常见问题、职场谈话方法等，侧面提升其沟通能力、执行能力、领导能力等，助推学习者未来的职业发展；“文化交流”板块展示多元文化交融，培养学习者的文化素养与跨文化交际能力。教材在保证学习者掌握核心知识和技能的同时，注重促进学习者的全面发展，实现育人目标。

3. 编写风格统一，结构清晰，易于使用

教材编写风格统一，语言风格、编写体例、习题设计等均延续初级和中级教材的特点，衔接流畅，循序渐进。语言风格简洁明了、亲切自然，在确保语言准确性与规范性的同时，追求可理解性与实用性。在体例上，延续固定板块如“想一想”“练一练”“知识拓展（开发脑容量）”“文化交流”等，并在内容难度、知识广度、思维高度等方面有所提升，帮助学习者尽快进入学习状态，提高学习效率。在习题设计上，多数题型在初、中级阶段已有所铺垫，能够提升学习者的信心和练习效果。此外，教材结构清晰，依托“导学、词语、课文、注释、想一想、练一练、常用表达形式、词语辨析、单元练习、知识拓展、文化交流”等板块全面引导学习者开展系统化学学习，有助于为学习者构建系统的商务中文知识体系，也便于教师灵活开展教学。

四、使用建议

1. 高级教材共2册，每册建议教学时长为16周，每周4课时。

2. 建议按照板块顺序进行教学。“导学”既是学习者自主学习的参考，又是本课重点知识和技能的提示。教师可在开始新课前，根据导学指令，帮助学习者有目的地展开预习，把握本课的重点知识。每单元的两篇课文内容层次递进、相互配合、相辅相成，在讲解课文时，教师可以通过对话课文，让学习者模拟真实商务场景进行口语练习；通过短文课文，帮助学习者拓展背景知识和语境，完成对话与短文的转换练习。“想一想”对应课文主体结构和关键内容，可用于学前预习、学中课文结构梳理或学后理解考查。“练一练”题量适中，难度适宜，可在完成课文讲解后进行随堂练习。“单元练习”的第二、三题可结合“常用表达形式”与“词语辨析”的讲解进行即时操练；第四题建议学习者组成学习小组，共同讨论，合作完成任务；第五题建议根据教学所在地的实际情况，创设真实的商务环境，选择性开展实践活动，并帮助学习者及时总结实践收获和经验。“知识拓展”和“文化交流”在拓宽学习者视野的基础上，为其提供理解、讨论和深入探究的平台。为了进一步丰富学习者的文化体验，建议教师补充讲解相关的文化知识，并鼓励来自不同文化背景的学习者积极参与交流和讨论。

五、致谢

教材在编写过程中，博士生张裕对全稿进行了认真细致的校对与修改，谨此致以诚挚的感谢。

感谢您对《丝路行商务中文 高级教程》的支持和关注，如果您有任何问题或建议，欢迎随时与我们联系。

编写团队
2025年8月





目 录

第 9 单元 扬帆出海的中国企业 1

第 17 课 请大家各抒己见 3

第 18 课 海尔出海 8

常用表达形式 15

词语辨析 15

单元练习 17

知识拓展 19

文化交流 20

第 10 单元 共画丝路新蓝图 21

第 19 课 中欧班列确实挺方便 23

第 20 课 中国与中亚的区域经济合作 29

常用表达形式 36

词语辨析 36

单元练习 37

知识拓展 39

文化交流 39

第 11 单元 中国经济掠影 41

第 21 课 这就是中国速度 43

第 22 课 走进粤港澳大湾区 48

常用表达形式 54

词语辨析 54

单元练习 55

知识拓展 57

文化交流 58

第 12 单元 合作是一门艺术 59

第 23 课 我们追求的是合作共赢 61

第 24 课 水土不服的欧洲迪士尼 67

常用表达形式 74

词语辨析 75

单元练习 75

知识拓展 78

文化交流 78

第 13 单元 科技成就世界 79

第 25 课 怎么没有员工呢? 81

第 26 课 全天候工作的北斗 87

常用表达形式 93

词语辨析 93

单元练习 94

知识拓展 96

文化交流 97

第 14 单元 “新三农” 的潜在市场 99

第 27 课 我们建议将新产品的定位指向新农村 101

第 28 课 松辽平原的一颗明珠——扶余 107

常用表达形式 114

词语辨析 114

单元练习 115

知识拓展 117

文化交流 118

第 15 单元 体验经济新业态 119

第 29 课 总有一款适合您 121

第 30 课 体验经济的特征 128

常用表达形式 133

词语辨析 134

单元练习 135

知识拓展 137

文化交流 137

第 16 单元 新媒体营销 139

第 31 课 酒香也怕巷子深 141

第 32 课 老字号碰上了新媒体 147

常用表达形式 153

词语辨析 153

单元练习 154

知识拓展 157

文化交流 157

词语表 158

第18课 海尔出海

导学

1. 关注课文中表示比喻的句子，体会它们的意思。
2. 在课文中找出5个成语，了解它们的意义和用法。
3. 在学习课文的过程中，掌握“并不仅仅……，更重要的是……，就是……”“跻身……之林/之列”的用法。
4. 正确区分“资源、资金、资产、资本”这组词语，了解各个词语的使用语境和用法。

词语

 18-01

1. **义无反顾** yìwúfǎngù 为了正义的事业勇往直前，不回头。

(1) 明知走向国际市场有风险，但集团还是**义无反顾**地走出去了。

(2) 不管遇到什么困难，我都会**义无反顾**地走下去。

2. **抢占** qiǎngzhàn (动) 快速占领。

常用搭配：抢占市场 抢占资源 抢占先机 抢占风口 抢占有利时机

(1) 这批项目前景十分可观，大家争先恐后地**抢占**市场先机。

(2) 新型电动汽车一问世便迅速**抢占**了巨大的汽车市场份额。

3. **较量** jiàoliàng (动) 用竞赛或比较的方式分出实力的高低。

常用搭配：激烈较量 进行较量 反复较量 持久较量

(1) 这两家公司之间的**较量**短期内很难分出胜负。

(2) 目前手机市场的**较量**重点，已从单一的品牌竞争向服务竞争和品质竞争转变。

4. **濒临** bīnlín (动) 紧接, 临近。常指接近一种不好的境地, 后接的词语多表示一种不好的结果。

常用搭配: 濒临倒闭 濒临灭亡 濒临破产 濒临灭绝

(1) 由于经营不善, 该公司目前已经**濒临**倒闭。

(2) 这家企业负债近千万元, 职工领不到工资, 整个企业已经**濒临**破产了。

5. **倒闭** dǎobì (动) 企业因经营不好而破产关门。

常用搭配: 工厂倒闭 公司倒闭 企业倒闭 濒临倒闭 宣布倒闭

(1) 经济危机导致大量企业**倒闭**, 失业人数不断增加。

(2) 一些经营不善的企业在竞争中**倒闭**、破产, 从而带来很多社会问题。

6. **资不抵债** zī bù dǐ zhài 资产抵不上债务。

(1) 这家企业内部管理完全失控, 常年亏损, 几乎到了**资不抵债**、濒临破产的地步。

(2) 公司负债近千万元, 出现了严重的**资不抵债**情况。

7. **战战兢兢** zhànzhànjīngjīng 形容因害怕而微微发抖的样子或小心谨慎的样子。可以用在动词前面做状语, 也可以单独做谓语, 还可以用在动词后面做宾语。

(1) 助理**战战兢兢**地走过来, 小声对老板说:“对不起, 昨天的合作没谈成。”

(2) 身上担负着上万名职工的期望与责任, 每迈一步我都**战战兢兢**。

8. **如履薄冰** rúlǚbóbīng 像走在薄冰上一样, 比喻极为谨慎。

(1) 商场如战场, 我每天都感到**如履薄冰**。

(2) 建筑公司一定要将工程质量和安全问题放在首位, 对质量问题要时刻保持**如履薄冰**的警觉。

9. **束缚** shùfù (动) 使受到约束限制。

常用搭配: 挣脱束缚 摆脱束缚 束缚手脚 束缚人的思想 被束缚 受束缚

(1) 新技术有助于企业摆脱生产工艺的**束缚**。

(2) 落后的传统观念**束缚**了人们的思想, 影响了企业开拓创新的热情。

10. **定位** dìngwèi (名) 确定的位置。

常用搭配：产品定位 市场定位 身份定位 定位准确 定位合理 定位不当

- (1) 找准市场**定位**就找到了进入市场的突破口，这有利于企业发挥自身优势。
- (2) 只有**定位**准确，企业才能顺利发展。

11. **差异化** chāyìhuà 在商业上，指企业在顾客广泛重视的某些方面力求与同类企业有所区别。

常用搭配：产品差异化 差异化服务 差异化竞争

- (1) 企业成功的关键是产品**差异化**竞争，即创造出有自己特色的产品。
- (2) 该公司以产品的**差异化**作为开发的整体思路，设计出个性化的优质产品，赢得了广大消费者的喜爱。

12. **附加值** fùjiāzhí (名) 生产过程中新创造出来的价值。

常用搭配：商品附加值 品牌附加值 提高附加值 高附加值

- (1) 我们应该通过科技创新提高商品的技术含量与**附加值**。
- (2) 公司依靠科技进步，大力开发具有高技术、高质量、高**附加值**的“三高”产品。

13. **因人而异** yīnrén'éryì 因为人的不同而有所差异。

- (1) 在线学习这种**因人而异**的教育模式，可以满足每一个学习者的个性化需求。
- (2) 体验经济注重**因人而异**，通过定制个性化产品来满足不同客户群的需求，使得服务和保障更有针对性。

14. **独一无二** dúyī-wú'èr 唯一的，没有相同的，没有可以相比的。

- (1) 产品定制意味着每一套产品都是**独一无二**、不可复制的。
- (2) 丝绸之路经济带具有**独一无二**的市场潜力。

课 文



女士们、先生们、朋友们，大家好！

很多人曾经把出海远行的海尔比作一艘船，那我就从这艘船说起。如果把海尔比作一艘船的话，我认为，资本应该是船身，名牌是帆，战略是罗盘，市

场是岸。这里最重要的是资本，这个资本，并不仅仅指有形的资金，更重要的是无形的人力资本，就是我们所有的员工。

中国有一句老话：“在家千日好，出门一时难。”海尔在海外拓展时，深刻体会到了这句话的内涵。可是我们为什么要出去呢？当时很多人认为我们没有必要到国外去，在国内有肉吃，何必到国外去喝汤、啃骨头呢？因为我们考虑到，今天有肉吃，可能明天就没有了。而且等到国外的对手都来瓜分这块肉时，肉会越来越少的。如果到国外去，刚开始是喝汤，但当我们懂得了国际市场的规则以后，就可以从喝汤变成吃肉了。当然，这是一个非常痛苦的过程，因为海尔当时根本没有强大到可以和国际竞争对手平等地对话。

那么，为什么海尔还是义无反顾地出海了呢？因为当时中国制造的产品很多，但是中国智造的世界名牌却很少。而在经济全球化的形势下，如果一个国家没有名牌，就很难跻身世界强国之林。所以我们提出一个口号，叫作“国门之内无名牌”。为了打造中国人自己的世界名牌，就是再苦再难，我们也要走出去。因为我们不仅仅代表海尔，更代表着中国。

决定去海外发展，就要考虑第一步该迈向哪里。去发展中国家还是发达国家呢？这成了我们当时争论的一个焦点。去发展中国家，那里门槛低，我们有更多的机会抢占市场，以较低的成本获取更高的利润，尽快站稳脚跟，但是不容易打造出世界品牌；去发达国家，那里市场空间更大，但是竞争压力也大。后来我们想，有竞争才有突破。发达国家市场规则成熟，市场规模大，可拓展空间大，要去就去发达国家，出去和更强的企业较量，才能锻炼、提高我们的竞争能力。等我们掌握了竞争规则，适应了竞争环境，提高了自身实力，我们就能吃上更多更好的肉了，也才能打造出真正的世界名牌。所以，最后我们决定把海尔这艘船驶向发达国家。

回想海尔一路走来，从一个濒临倒闭、资不抵债、靠借钱发工资的小小的电冰箱厂，到今天成为世界知名企业，成就令人鼓舞。但面对这样的成就，我却始终感到战战兢兢、如履薄冰。原因有两点：一是因为过去我们获得了很多成功，这种成功的思维定式会束缚人们的思维，让人们直接用昨天的成功经验

来解决今天的问题，犯经验主义的错误；二是因为在信息化时代，外部的变化非常快，海尔如何找准自己的定位，发现机遇、抓住机遇，这是面向未来的重大战略决策。

为此，我们提出了一个新概念，叫作“黑海战略”。这一战略的目的是要在低成本、差异化的基础上创造高附加值，通过差异化的体验云，打造因人而异、不可模仿的生态，以场景品牌、生态品牌来保持独一无二的可持续发展价值。

（根据中央电视台经济频道 2018 年 12 月 2 日《对话》栏目及相关资料编写）

注 释

1. **在家千日好，出门一时难：**这是中国的一句俗语，意思是在家里每一天都好过，但出门在外却处处不方便，时时会遇到困难。

2. **黑海战略：**海尔集团提出的一种企业发展战略，旨在打造不可模仿的产业生态。该战略是相对于“红海”“蓝海”提出的。在“红海”中，企业竞争激烈，生存艰难；在“蓝海”中，企业竞争的激烈程度相对“红海”较轻，但仍然无法摆脱被模仿超越的命运；在“黑海”中，海尔集团通过差异化的体验云打造不可模仿的生态。

3. **可持续发展：**1987 年，世界环境与发展委员会发布了题为《我们共同的未来》的报告，将可持续发展定义为“既能满足当代人的需要，又不对后代人满足其需要的能力构成危害的发展”。这是对未来世界发展的共识。

想一想

1. “资本应该是船身，名牌是帆，战略是罗盘，市场是岸”这句话是什么意思？
2. “中国制造”和“中国智造”的区别是什么？
3. 为什么海尔集团认为，他们不仅仅代表海尔，更代表着中国？
4. 海尔决定走出国门，他们计划去哪里？为什么？
5. 海尔原来是一个什么样的企业？
6. “我”为什么一直感到战战兢兢、如履薄冰？

练一练

一、用所给词语完成句子。

1. _____, 公司在很长的时间里发展缓慢。(束缚)
2. _____, 是我们制订的新的发展目标。(跻身……之林)
3. 因为长期经营不善, _____。(倒闭)
4. 我对公司改革的建议是 _____。(差异化)
5. 产品要成功转型升级, 就要 _____。(附加值)
6. “走出去”的核心任务是 _____。(拓展)

二、根据上下文续写句子。

1. 如果把海尔比作一艘船的话, 我认为, 资本应该是船身, 名牌是帆, 战略是罗盘, 市场是岸。这里最重要的是 _____。
2. 在经济全球化的形势下, 如果一个国家没有名牌, 就很难跻身世界强国之林。所以 _____。
3. 我们从一个濒临倒闭、资不抵债、靠借钱发工资的小小的电冰箱厂, 到今天成为世界知名企业, 成就令人鼓舞。但面对这样的成就, 我却始终感到战战兢兢、如履薄冰。因为 _____。

三、排列句子顺序。

1. A. 因为这艘船随时都要根据战略做调控, 不断改进
B. 对于海尔来说, 张瑞敏应该是船长, 但是仅仅做船长是不够的
C. 有时候甚至要把它抛弃掉, 重新打造一艘
D. 他还应该是一个设计师

2. A. 甚至连到国外的费用都不需要

- B. 因为只要贴上人家的牌子出去就行了
 - C. 就不需要广告费，也不需要市场开发费
 - D. 如果给别人贴牌（OEM）的话
-

- 3. A. 就很难跻身世界强国之林
 - B. 所以我们必须走出去，打造中国的世界名牌
 - C. 为什么海尔义无反顾地出海了呢
 - D. 因为在经济全球化的形势下，如果一个国家没有名牌
-

常用表达形式

1. 只有……，才……，也才……

这个结构引导条件复句，“只有”后跟条件，“才”和“也才”后跟结果。例如：

- (1) 只有企业发展了，效益才能持续提高，企业改革的成果也才能巩固和扩大。
- (2) 只有转变经营观念，企业才能适应市场经济的需要，也才能有更大的发展。

2. 并不仅仅……，更重要的是……，就是……

这个结构引导表示递进关系的复句。表达的主要意思不在于“并不仅仅”这句，而在于后面“更重要的是”这句，最后用“就是”来解释“更重要的”内容，帮助理解。例如：

- (1) 这个资本，并不仅仅指有形的资金，更重要的是无形的人力资本，就是我们所有的员工。
- (2) “一带一路”倡议，并不仅仅限于沿线国家的交流合作，更重要的是建立起连接世界各国的交流通道，就是建立人类命运共同体。

3. 跻身……之林 / 之列

这个结构表示列入某一重要或显赫的行列中。例如：

- (1) 跻身全球一流科技企业之林是我们的奋斗目标。
- (2) 要想跻身世界 500 强企业之列，还需要付出很多。

词语辨析

1. 优势 优越 优秀

“优势”是名词，指可以压倒对方的有利形势。常用搭配有：发展优势、资金优势、竞争优势、价格优势、人才优势、资源优势等。

- (1) 企业要提高市场竞争力，仅有资金优势是不够的。
- (2) 这家软件公司具有雄厚的技术实力和人才优势。

“优越”是形容词，指优胜、优良。常用搭配有：条件优越、制度优越、优越感、优越性等。

(3) 中国沿海城市具有发展经济的**优越**地理条件。

(4) 该地区产业特色鲜明，创新能力较强，生态环境良好，具备快速发展的**优越**条件。

“优秀”是形容词，指各方面都非常好。常用搭配有：优秀品质、优秀人才、优秀员工、优秀方案、业绩优秀等。

(5) 他因为工作表现突出被评为**优秀**员工，得到了嘉奖。

(6) 这款冰箱因其**优秀**的品质和良好的售后服务，在市场上占据很大优势。

2. 资源 资金 资产 资本

“资源”指生产资料或生活资料的来源，包括自然资源和社会资源。常用搭配有：自然资源、矿产资源、人力资源、信息资源、教育资源、资源丰富、资源共享等。

(1) 西部地区**矿产**资源丰富，经济发展潜力很大。

(2) 企业应该积极推动各部门之间的**信息**资源共享。

“资金”指国家用于发展国民经济的物资或货币，也指经营工商业的本钱。常用搭配有：流动资金、启动资金、注册资金、资金短缺、资金周转等。

(3) **资金**短缺是制约企业扩大经营范围的重要因素。

(4) 该公司的**流动**资金只有500多万元，却通过高效周转做成了1000多万元的生意。

“资产”指财产或企业的资金。常用搭配有：企业资产、固定资产、资产评估、资产重组等。

(5) 这位企业家把自己的**资产**全部捐给了慈善事业。

(6) 该集团拥有**固定**资产14.5亿元，集团**总**资产近65亿元。

“资本”指用来生产或经营以求获利的生产资料和货币，也指获取利益的凭借。常用搭配有：生产资本、资本市场、资本家、有资本、资本雄厚等。

(7) 对于企业来说，如果不进入**资本**市场，不向社会开放，就不能扩大发展。

(8) 公司在国际**资本**市场上市的准备工作正在稳步推进中。

单元练习

一、理解下面词语或句子的意思。

1. 国门之内无名牌。
2. 在家千日好，出门一时难。
3. 吃肉、喝汤、啃骨头

二、选择合适的词语填空。

优势 优越 优秀

1. 这里地理位置_____、交通便利，在此地建设酒店、商场有着十分广阔的市场前景。
2. _____的企业是在市场竞争中产生的。
3. 这种自主创新的品牌在市场竞争中很占_____。

资源 资金 资产 资本

4. 为了经济的可持续发展，中国正在建设_____节约型社会。
5. 商业银行一般是按照客户固定_____的多少来决定贷款的额度。
6. 在扩大生产规模的过程中，_____短缺是最大的问题。
7. 该地区每年吸收的外资金额只占世界_____市场的1%左右，所以引进外资的潜力还很大。

三、用所给词语改写下面的句子。

1. 赢得顾客信任会使公司生意兴旺，也会使公司产生意想不到的效益。（只有……，才……，也才……）

2. 做好产品质量把控能提高品牌核心竞争力，也能保障企业稳定发展。（只有……，才……，也才……）

3. 我们决定开拓海外市场，这不仅是为了增加公司的收益，更是为了实现公司的长远目标。公司的长远目标是打造世界知名品牌。（并不仅仅……，更重要的是……，就是……）

4. 做生意要考虑资金问题，做生意更要考虑生产要素问题。生产要素指进行社会生产经营活动时所需要的各种社会资源。（并不仅仅……，更重要的是……，就是……）

5. 我们公司未来 5 年的奋斗目标是进入世界 500 强企业的行列。（跻身……之林 / 之列）

6. 这家国产汽车品牌的目标是进入全球顶尖汽车品牌的行列。（跻身……之林 / 之列）

四、根据课文内容完成下面的任务。

第一步 小组讨论，从第 18 课的课文中找一找企业到发展中国家发展和到发达国家发展各自的优势和劣势，并填写在下表中。

评估因素	去发展中国家	去发达国家
优势		
劣势		

第二步 根据第一步讨论的内容，请将下面的内容补充完整。

A: 我认为可以考虑先到发展中国家拓展海外市场，因为发展中国家_____。

B: 我不同意去发展中国家，因为_____。

C: 太冒进了吧？发达国家_____，到发展中国家去风险会小一点儿。

B: 市场是千变万化的, 我们需要抢占先机。我觉得_____

_____。

D: 对, 有竞争才有突破, _____。

现在出去喝汤、啃骨头, 等我们掌握了竞争规则, 提高了自身实力, 适应了竞争环境, 我们就能吃上更好的肉了。

第三步 请以会议主持人的身份总结本次讨论的内容。

主持人: 刚才大家各抒己见, 都很好地表达了各自的观点。下面我总结一下大家的意见:

一是_____;

二是_____。

五、实践活动。

小组模拟组建一个公司。

第一步, 确定每位成员在公司中的职务, 为公司取个名字, 设计一个 logo。

第二步, 讨论公司的经营范围, 制订发展计划。

第三步, 进行市场调研, 写出较为完整的发展规划报告。

知识拓展

进入职场, 每周都要参加大大小小的会议。在会议上发言时, 该如何得体地表达自己的想法呢?

1. 当你有一个想法时, 你可以说:

(1) 我有一个想法, 不知道可不可行……

(2) 我突然想到……或许是个不错的办法。

(3) 我们还可以这样吧……

2. 当你要表示不赞同时，你可以说：

(1) 根据我的经历，我觉得或许不是这样的……

(2) 我觉得这个提议还需要再讨论讨论。

3. 当你感到困惑时，你可以说：

(1) 我不太确定，您说的是……吗？

(2) 我对这一点有些困惑，您说的……，可以再解释一下吗？

(3) 很抱歉，我不是太理解您说的……

文化交流

穷则变，变则通，通则久

这句话出自《周易》，意思是说，事物发展到一定阶段，会遇到瓶颈，这时要主动调整、主动改变，在调整和改变中寻求新的发展路径，通过不断的动态调整来保证工作、事业能够稳定持续地发展。无论是一个企业、一个国家还是整个世界都需要与时俱进，这样才能保持活力。