

## 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，立足于中国大商务环境，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 中级教程》是为具备 HSK4 级以上或 BCT3 级以上水平的商务中文学习者编写的一套商务中文教材，可供海内外商务中文学习者、与中国企业或机构有商务往来的各类从业者以及商务中文爱好者和研究者使用。

### 一、教学目标

#### 1. 语言能力目标

掌握一定数量的常用商务词语和商务中文常用句式，能够理解并运用一般的商务正式语体进行交流，能够熟练地运用中文进行一般的商务活动。

#### 2. 专业能力目标

了解一般的商务基础概念及原理，熟悉一定的现代商务相关技术及流程，掌握一定的商务沟通技巧。

#### 3. 文化能力目标

了解中国特有的商务文化现象，掌握在华商务礼仪并能够得体地参与商务活动。

### 二、教材体例

《丝路行商务中文 中级教程》共 2 册，内容各有侧重，呈阶梯式递进。第 1 册以学生耳熟能详的企业销售业务和内部活动为主，涵盖“电商、商标、包装、促销、支付方式、市场调研、报关、年终总结”等小型商务主题；第 2 册以企业管理、大型商务活动及企业对外业务为主，涵盖“运营管理、企业文化、运输与仓储、保险、违约赔偿、贷款、财务管理、合同”等专业商务主题。

第 1 册和第 2 册体例一致，每个分册均包含 8 个单元，每个单元 3 课。每个单元包括导语、3 篇课文、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，具体内容如图 1 所示。每课包括导学、一般词语、重点词语、课文、注释、练习等环节，具体内容如图 2 所示。

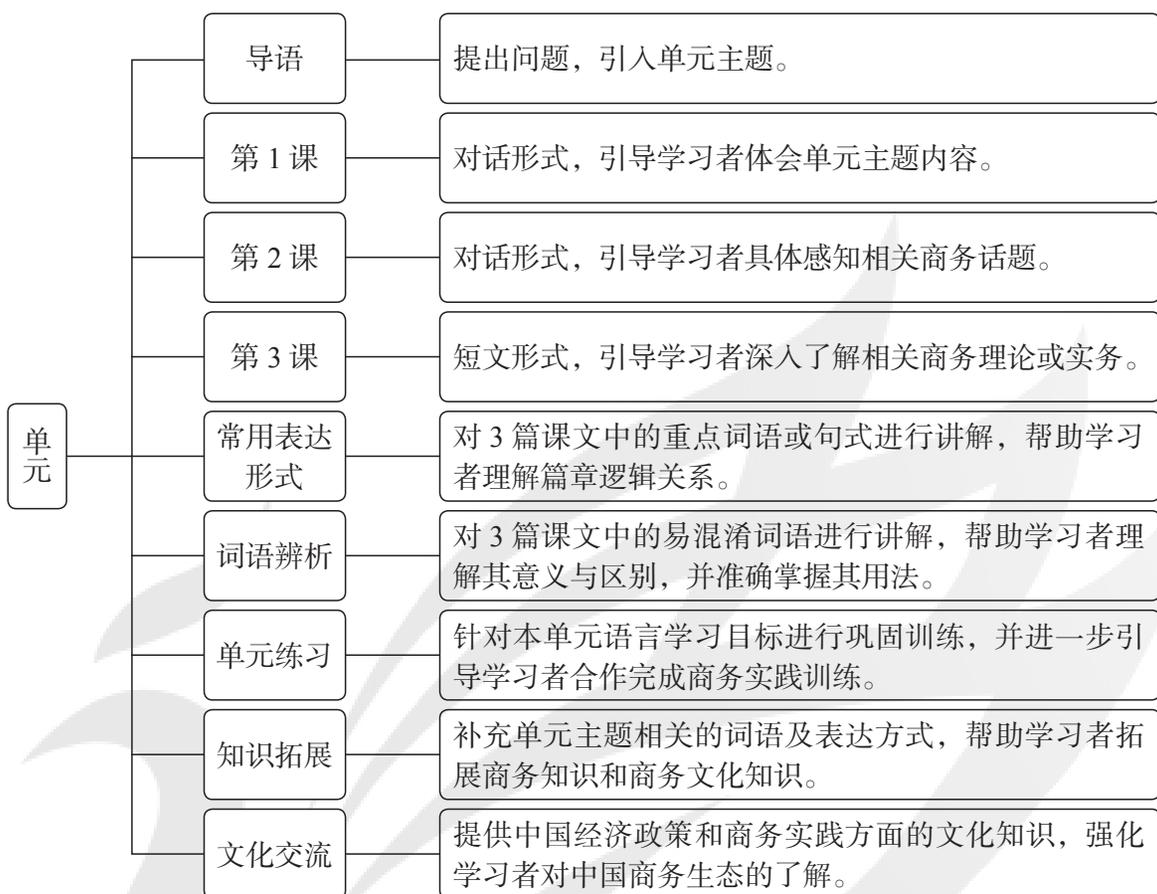


图1 “单元”结构图



图2 “课”结构图

### 三、教材特色

#### 1. 遵循“中文 + 商务 + 文化”三位一体的编写理念

本系列教材将听、说、读、写四种语言技能和商务专业知识融为一体，将商务文化知识寓于课程内容中，使学习者在掌握中国商务表达的基础上理解中国商务思维，了解中国商务政策和商务环境，从而顺畅地进行跨文化商务交流。

#### 2. 内容强调关联性

一是单元主题相互关联。各单元主题连续性强，如第1册的电商、促销、支付方式等专题，均围绕销售这一主题展开，帮助学习者深入了解贸易公司的主要业务。二是课文编写注重专业逻辑，如第2册的运输与仓储、保险、违约赔偿等单元按照货物进出口业务开展的先后顺序编写，有助于加深学习者对商务流程的理解。三是注重初、中、高各阶段之间的衔接与连贯。中级两个分册具有承上启下的功能，因此，这两个分册每个单元的课文均由两篇对话和一篇短文构成。对话体课文顺承初级系列的编写形式，语体为口语形式，帮助学习者顺利实现从初级阶段向中级阶段的过渡；短文体课文则是为高级商务中文学习做准备和铺垫，语体为书面语体，训练学习者成段阅读和成段表达的能力。

#### 3. 贯彻“实践第一”的教学原则

本系列教材着力于营造真实的商务环境，将实践体验放在首要位置。例如，在对话前设计简短的背景介绍，在练习中提供课文大纲帮助学生加深对课文的理解。同时在单元练习中设置任务链，设计课内实践活动三步走，通过实操强化学生对各商务主题的记忆，提升学生参与贸易活动的真实感。

### 四、使用建议

1. 中级两个分册共16个单元，每个单元3课，共48课，可供一个学年使用。建议每单元前两课各用2学时左右完成，第三课及单元综合练习用4学时左右完成。

2. 建议按照教材各个板块的顺序展开教学，即“导学—词语讲练—课文讲练—语法讲练—课文理解—商务实践”。

3. 每单元知识拓展及文化交流板块可根据具体教学情况与小组商务实践汇报结合起来展开教学，也可由学生自学。

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

编者团队  
2025年8月

# 目 录

<b>第 1 单元 电子商务</b> .....	1
<b>第 1 课</b> 商品点击量达 18 万次 .....	3
<b>第 2 课</b> 欢迎大家来到我们的直播间 .....	8
<b>第 3 课</b> 电子商务正改变着人们的生活 .....	12
<b>常用表达形式</b> .....	16
<b>词语辨析</b> .....	16
<b>单元练习</b> .....	18
<b>知识拓展</b> .....	21
<b>文化交流</b> .....	21
<b>第 2 单元 商标设计</b> .....	23
<b>第 4 课</b> 我们的商标图案要怎么设计 .....	25
<b>第 5 课</b> 第二个既简洁又美观 .....	29
<b>第 6 课</b> 商标的设计是一门学问 .....	32
<b>常用表达形式</b> .....	36
<b>词语辨析</b> .....	37
<b>单元练习</b> .....	38
<b>知识拓展</b> .....	40
<b>文化交流</b> .....	41

**第 3 单元 包装设计** ..... 43

**第 7 课 不要过度包装** ..... 45

**第 8 课 请大家针对这三套方案发表一下儿意见吧** ..... 50

**第 9 课 坚持使用纸包装** ..... 55

**常用表达形式** ..... 60

**词语辨析** ..... 61

**单元练习** ..... 62

**知识拓展** ..... 64

**文化交流** ..... 65

**第 4 单元 产品促销** ..... 67

**第 10 课 这次促销力度很大** ..... 69

**第 11 课 今年公司网店的收益肯定不错** ..... 73

**第 12 课 百万订单直播促成** ..... 77

**常用表达形式** ..... 81

**词语辨析** ..... 81

**单元练习** ..... 82

**知识拓展** ..... 85

**文化交流** ..... 85

**第 5 单元 价格与支付方式** ..... 87

第 13 课 还是信用证更安全 ..... 89

第 14 课 可否考虑更便捷的支付方式 ..... 94

第 15 课 支付方式的变迁 ..... 99

常用表达形式 ..... 103

词语辨析 ..... 103

单元练习 ..... 104

知识拓展 ..... 106

文化交流 ..... 107

**第 6 单元 市场调研** ..... 109

第 16 课 请帮我们做一个简单的回访 ..... 111

第 17 课 感谢您接受我们的回访 ..... 115

第 18 课 市场调研很重要 ..... 119

常用表达形式 ..... 126

词语辨析 ..... 126

单元练习 ..... 127

知识拓展 ..... 129

文化交流 ..... 130

**第 7 单元 报检与报关** ..... 131

第 19 课 我方会尽快完成查验工作	133
第 20 课 确认一下儿货物的报关流程	137
第 21 课 你真的了解“海关”吗	141
常用表达形式	146
词语辨析	146
单元练习	147
知识拓展	150
文化交流	151

**第 8 单元 年度总结** ..... 153

第 22 课 马上要年度考核了	155
第 23 课 把数据用图表展示出来	160
第 24 课 销售部年度总结	164
常用表达形式	170
词语辨析	171
单元练习	172
知识拓展	174
文化交流	175

词语表	177
-----	-----

## 第 1 单元

## 电子商务

你一定经常在网上购物吧？你了解电子商务吗？你知道网络营销有哪些常用语言表达形式吗？想了解这些的话，请开始第 1 单元的学习吧！



## 第3课 电子商务正改变着人们的生活

### 导学

1. 熟读课文，掌握“倍”的意义和用法。
2. 熟读课文，学会用“正……着”描述正在发生的事情。
3. 熟读课文，了解电子商务给人们的生活带来的变化。

### 生词

#### 一般词语 3-1

1. 世纪	shìjì	名	century
2. 年代	niándài	名	a decade of a century
3. 种	zhòng	动	to plant
4. 大蒜	dàsuàn	名	garlic
5. 村民	cūnmín	名	villager
6. 运	yùn	动	to transport
7. 城里	chénglǐ	名	town
8. 倍	bèi	量	times
9. 互联网	hùliánwǎng	名	the Internet
10. 随着	suízhe	介	along with
11. 任何	rènhé	代	any
12. 商品	shāngpǐn	名	commodity, goods
13. 交易	jiāoyì	动	to trade, to transact

14. 开店	kāi diàn		to run a store
15. 生产	shēngchǎn	动	to produce
16. 直接	zhíjiē	形	direct
17. 物流	wùliú	名	logistics
18. 范围	fànwéi	名	scope
19. 间断	jiànduàn	动	to interrupt, to stop
20. 机会	jīhuì	名	opportunity
21. 商机	shāngjī	名	business opportunity
22. 丰富	fēngfù	形	abundant
23. 选择	xuǎnzé	名	choice

### 重点词语 3-2

#### 1. 获得 huòdé (动) 得到。

常用搭配：获得表扬 获得订单 获得帮助 获得关注

- (1) 主播态度很认真，获得了顾客的表扬。  
 (2) 这家店铺经常有优惠活动，获得了很多消费者的关注。

#### 2. 扩大 kuòdà (动) 使范围、规模等比原来大。

常用搭配：扩大范围 扩大收益 扩大场地 继续扩大

- (1) 公司决定扩大这次活动的优惠范围。  
 (2) 网店可以帮助公司扩大销售渠道。

#### 3. 提供 tígōng (动) 给出意见、资料、物资、条件等。

常用搭配：提供帮助 提供机会 提供条件 为……提供

- (1) 王总为新产品的设计提供了一些帮助。  
 (2) 我们公司为员工的成长提供了很好的条件。

#### 4. 互动 hùdòng (动) 互相作用，互相影响。

常用搭配：互动环节 安排互动 增加互动 与 / 和……互动

- (1) 顾客可以在直播间里和主播**互动**。
- (2) 这家公司设计的人机**互动**产品很受欢迎。

### 5. 增加 zēngjiā (动) 使数量变多。

常用搭配：增加成本 增加销售量 增加展品数量 增加收入

- (1) 活动场地扩大了，所以我们决定**增加**一些展品。
- (2) 生产扩大之后，商品的销售量也在不断**增加**。

### 6. 提高 tí/gāo (动) 使位置、程度、水平、数量、质量等方面比原来高。

常用搭配：提高价格 提高销量 提高工资 汇率提高 成本提高

- (1) 这次促销活动很成功，新产品的销量大大**提高**了。
- (2) 今年我们的成本增加了，因此必须**提高**销售价格。

## 课 文



3-3

二十世纪六七十年代，小李的爷爷种大蒜，把大蒜卖给附近的村民，销售量十分有限。20年后，小李的爸爸种大蒜，用汽车把大蒜运到城里去卖，销售到全国各地，销售量是爷爷的10倍。又过了20年，小李种大蒜，不用走出家门，通过互联网就把大蒜卖到了全世界，销售量是爸爸的100倍。

随着网络的发展，任何商品都可以在互联网上交易，任何人都可以在互联网上开店。网店成本低，生产者可以直接与消费者交易，消费者可以获得更优惠的价格。物流服务可以把销售范围扩大到全球，在线交易能提供24小时不间断的服务，直播带货为生产者提供了与消费者互动的机会。

电子商务为生产者扩大了销售市场，拓宽了销售渠道，增加了商机，提高了交易的成功率；也给消费者提供了更丰富的选择、更优惠的价格、更便捷的服务。总之，电子商务正改变着人们的生活。

## 练 习

### 一、根据课文回答问题。

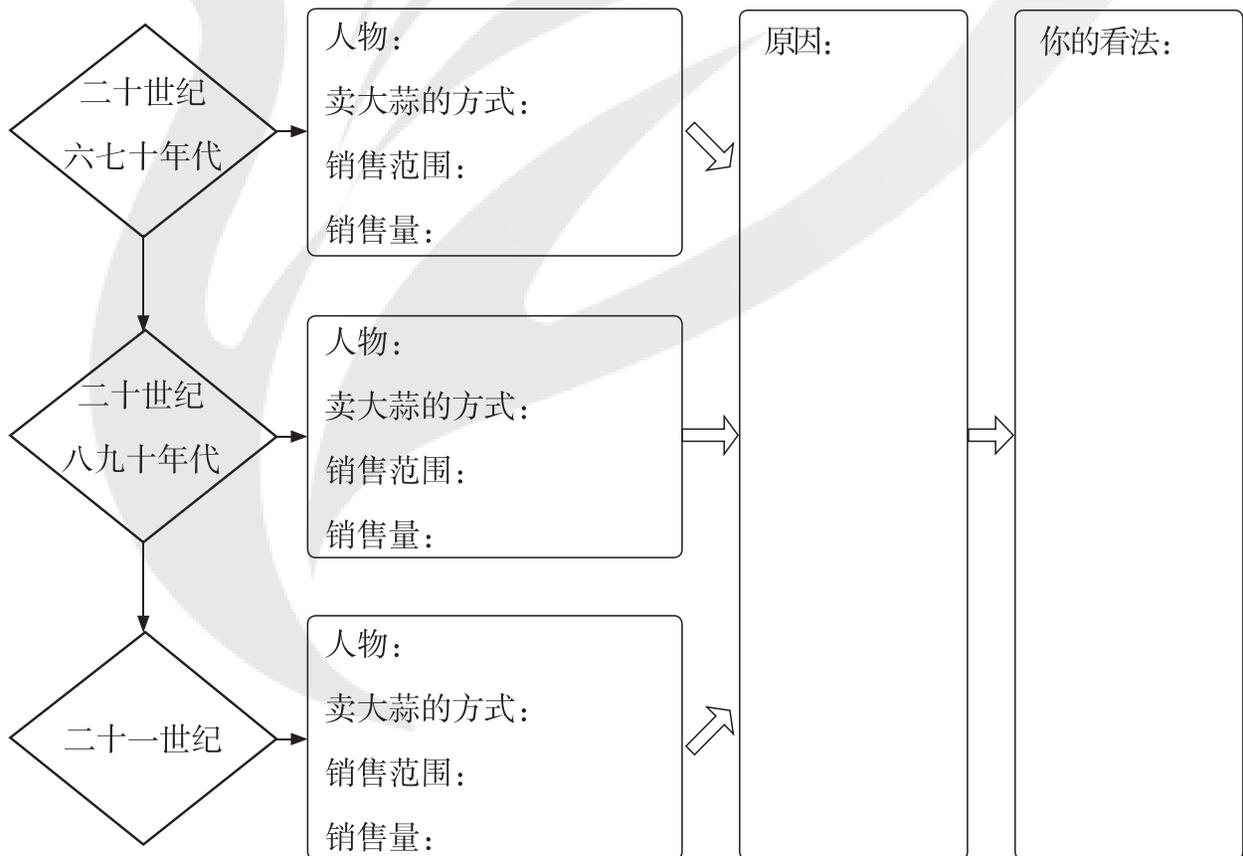
1. 小李家卖大蒜经历了哪几个阶段？

2. 小李卖大蒜为什么比爸爸和爷爷卖得多?
3. 网店有什么优势?
4. 为什么说电子商务正改变着人们的生活?

二、用所给词语完成下面的句子。

1. 有了互联网平台, \_\_\_\_\_。(获得)
2. 由于产品的销售量在不断增加, 公司 \_\_\_\_\_。(扩大)
3. \_\_\_\_\_, 让大家都买得起, 用得好。(提供)
4. \_\_\_\_\_, 受到了越来越多客户的喜爱。(互动)
5. 我们公司非常关心员工的生活, \_\_\_\_\_。(增加)
6. \_\_\_\_\_, 我昨天在网上买的衣服, 今天就送到家了。(提高)

三、根据课文内容填空, 并讲一讲小李家种大蒜的故事。



## 常用表达形式

### 1. 大都

指大多数。后面常加动词或形容词。例如：

- (1) 今天卖出去的新款手机**大都**是老客户买的。
- (2) 年轻人**大都**喜欢在网上购买服装。
- (3) 这个市场的商品**大都**很便宜。

### 2. 除了……，还有……

表示在已经知道的事物之外，补充说明别的。“除了”之后接已知事物，“还有”之后接补充的内容。例如：

- (1) 我们直播间今天**除了**有日用产品，**还有**学习用品、办公用品等。
- (2) 这个款式的衣服尺码很全，**除了**小码、中码、大码，**还有**加大码。

### 3. 正……着

表示正在做某事或正处于某种状态。如“正吃着饭、正开着会、正写着方案、正高兴着、正难过着、正忙着干活、正忙着上班”等。例如：

- (1) 网上购物**正改变着**人们的消费习惯。
- (2) 丽姐**正写着**方案，唐总来电话了。
- (3) 大家**正忙着**干活，老板突然要开会。

## 词语辨析

### 1. 近、达、超

“近”“达”和“超”都可以用于说明商务数据情况。

“近”指接近，但是没有达到。例如：近一倍、近一半、近 20 万。

“达”是到、达到。常与数字搭配。

“超”指越过、高出、多出。常与数字搭配。

- (1) 本周大衣销售量为 3890 件，比上个月多了近一半的量。
- (2) 现在我们网店的关注人数近 20 万。
- (3) 中国电商从业人员达几千万人。
- (4) 本月业绩已达 50 万元，完成了预定目标。
- (5) 我们公司产品的市场占比已超 30%。
- (6) 我们店铺的关注人数超 180 万，近 190 万了。

## 2. 量、率、倍

“量”“率”和“倍”都是商务数据中常用的重要概念。

“量”指数量。例如：点击量、生产量、退货量、购买量、存储量、进货量。

“率”指两个相关的数在一定条件下的比值。例如，“退货率”就是总退货数与总订单数的比值，也就是总退货数除以总订单数。再如：出勤率、汇率、税率、回头率、成功率。

“倍”指倍数，某数的几倍就是用几乘某数。例如：增长三倍、上涨四倍、高出两倍、增加五倍。

- (1) 本月的退货量为 100 件。
- (2) 今天直播间的点击量达到了 30 万次。
- (3) 本月公司全体员工的出勤率是 100%。
- (4) 本月我们不但销售量非常高，而且退货率仅为 0.1%。
- (5) 3 的 5 倍就是用 3 乘以 5。
- (6) 这款商品去年的销售量是 1 万件，今年的销售量是 10 万件，今年是去年的 10 倍。

## 单元练习

### 一、将词语和它们的意思连起来。

运营

互动

畅销

满意

推荐

达到

个别

拓宽

扩大

货物销售渠道宽，卖得快

到

机构有组织地进行工作

使范围、规模等比原来大

满足自己的愿望；符合自己的心意

极少数的，少有的

互相作用，互相影响

向别人推介人或事物

使宽广

### 二、选择合适的词语填空。

近 达 超

1. 我们网店本月的总销售额是 100 万，其中，这款鞋子的销售额是 30 万，占比\_\_\_\_\_ 30%。
2. 今年公司计划销售服装 10 万件，1 月到 6 月销售量为 5.9 万件，完成了今年指标的\_\_\_\_\_ 60%。
3. 今年新增网店\_\_\_\_\_ 5900 家，近 6000 家。

量 率 倍

1. 我们工厂本月的生产量是上个月的 3\_\_\_\_\_。
2. 这款商品的点击\_\_\_\_\_ 达 8 万次，收藏商品数超 4 万。
3. 顾客对物流的好评\_\_\_\_\_ 达到 100%。

## 三、用所给词语改写下面的句子。

1. 唐达公司的丝绸原料 95% 是江浙一带生产的。(大都)

---

2. 我们公司的产品 90% 销往欧美地区。(大都)

---

3. 我们的直播间为大家准备了行李箱、鞋帽和服装。(除了……, 还有……)

---

4. 这款大衣有红色、黑色和蓝色的。(除了……, 还有……)

---

5. 电子商务正在改变小李一家的生活。(正……着)

---

6. 大家开会讨论展台设计的时候, 小万的手机突然响了。(正……着)

---

## 四、根据课文内容完成下面的任务。

**第一步** 请结合第 1 课网店的运营情况填写表 1。

表 1 公司网店运营情况

最新运营情况		
运营效果	新增关注人数	
	商品点击量	
	收藏商品数	
本月销售量		
售后情况	好评率	
	退货率	
快递服务满意情况	速度	
	态度	

**第二步** 假设你是网店店长，请结合表 1 的内容，在公司本月的例会上报告网店的运营情况。

尊敬的各位领导、各位同事，大家上午好！在大家的共同努力下，过去一个月网店运营取得了可喜的成绩（gratifying results）。下面我来汇报（report）一下儿网店上个月的运营和销售情况。

第一，网店积极创新（innovate actively），拓宽了\_\_\_\_\_，首次尝试\_\_\_\_\_，取得了较好的运营效果。\_\_\_\_\_。

第二，本月销售量大大提高，\_\_\_\_\_。

第三，在售后方面，\_\_\_\_\_，\_\_\_\_\_，没有因质量问题退货的情况。

第四，我们十分重视（attach importance to）提高快递服务水平。顾客\_\_\_\_\_。

**第三步** 假设你是网店店长，请结合网店上个月的运营和销售情况，制订本月运营计划，并在网店运营会议上公布。

各位同事，上个月网店运营取得了不错的成绩，但也存在一些问题。本月在以下几个方面我们要有所改进（make some improvements）。

第一，快递方面\_\_\_\_\_。

第二，售后服务方面\_\_\_\_\_。

第三，优惠活动方面\_\_\_\_\_。

以上就是本月的的主要工作计划，让我们共同努力吧！

## 五、实践活动。

小组合作开一家虚拟（virtual）网店，确定网店售卖的主要产品，并讨论第一场直播的内容和计划。请将讨论过程录制成视频（record a video），与全班同学分享。

## 知识拓展

为了进一步了解电子商务，请再多学几个词语。

1. 用户名	yònghù míng	username
2. 剁手党	duòshǒu dǎng	shopaholic
3. 心愿单	xīnyuàn dān	wish list
4. 订阅店铺	dìngyuè diànpù	subscribe to the store
5. 卖家秀	màijiā xiù	seller's show (photos by sellers)
6. 买家秀	mǎijiā xiù	buyer's show (photos by buyers/customers)
7. 团购	tuángòu	group buying
8. 拼单	pīn dān	split order, group order
9. 闲置	xiánzhì	unused item
10. 购物车	gòuwù chē	shopping cart
11. 先买后付	xiān mǎi hòu fù	buy now, pay later

## 文化交流

## “无人”菜市

中国广西壮族自治区玉林市容县十里镇江口村有一个“无人”菜市。每天清晨，村民们将蔬菜摆放到摊位上后，就安心地下地干农活儿去了。前来买菜的村民自己选菜，然后把钱留在菜篮子中。卖菜的人干完农活儿后再来收摊取钱。他们从来不用守摊，省时又省力。这个“无人菜市”在这里延续了上百年。像这样的无人摊位，在中国的农村和城市社区还有不少。