

<<卓越汉语>>

图书基本信息

书名：<<卓越汉语>>

13位ISBN编号：9787560096216

10位ISBN编号：7560096212

出版时间：2010-5

出版时间：外语教学与研究出版社

作者：史中琦 主编，史中琦 等编著

页数：260

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<卓越汉语>>

### 内容概要

本教材专为目前正在或者有意到中国实习或工作的汉语学习者设计，并可供对中国经济问题和商务文化感兴趣的外籍商务人士使用。

本教材以学习者的实际需求为导向，紧密结合语言学习和商务实际，力求全面提高学习者在商务场合的语言运用能力和跨文化交际能力。

同时，穿插介绍中国商务文化交往的特点及规则，并涉及中国经济背景知识方面的众多热点内容。

本教材共设11篇主课文及一篇关于简历设计和求职提示的补充内容。

书籍目录

第1课 初到公司第2课 会见客户第3课 考察市场第4课 参观工厂第5课 部门会议第6课 认识同行第7课 产品展示第8课 汇报工作第9课 人际交往第10课 赠送礼物第11课 投资理财求职提示参考答案符号说明

## 章节摘录

在全球经济一体化的过程中，中国利用丰富的资源和廉价的劳动力，大力发展出口贸易，成为名副其实的“世界工厂”。

2006年，中国外贸出口近万亿美元。

2008年，这个数字就达到2.56万亿美元。

但由于中国企业主要从事贴牌生产和订单贸易，所以自有品牌出口比例还不到10%，能够打造世界品牌的中国公司更是寥寥无几。

Interbrand亚太首席执行官Ferry Oliver认为，贴牌生产并非长久之计，因为只要有人能够生产成本更低、质量更好的产品，它的市场份额也就会随之丧失。

因此，打造世界品牌，获得全球消费者的认可，对于大多数中国企业来说，是一个全新的挑战。当今全球市场上的领导品牌几乎都是美欧日的百年老店，它们具有成熟的品牌管理模式和丰富的品牌运作经验。

在消费者心目中，他们就好像处于品牌金字塔的顶端，不但高高在上，而且地位相当稳固。

而中国企业，无论是规模还是经验，都处于劣势，还无法与世界名牌抗衡。

而且，“中国制造”的廉价低档形象也不是一朝一夕就可以改变的。

有人说，中国企业打造世界品牌的过程跟从金字塔的最底端向上爬一样艰难。

让中国人感到欣慰的是，已经有一些中国品牌迈出了国际化的第一步，比如联想、青岛啤酒、海尔、华为和奇瑞。

## &lt;&lt;卓越汉语&gt;&gt;

## 编辑推荐

《卓越汉语：公司实战篇》共11课，并包含关于简历设计和求职提示的实用性补充内容。

本教材的主要特点如下：  
内容实用：选取常见的在华商务交际场景，以实际的公司实习情节串联起众多商务交往活动，帮助学习者掌握典型的商务交际表达方式，提高其实际商务交际能力。

角度独特：每课划分为“对话”（Conversaion）、“文化”（Culture）和“经济背景”（Context）三个部分，从不同角度为学习者提供在中国实习和工作所需要的语言、文化和其他相关知识储备。

练习丰富：题目丰富，形式多样，综合练习听、说、读、写各种语言技能，基于任务的练习设计理念增加了练习的有效性。

学习者试用本教材的反馈：I enjoy the structure of the textbook and how each chapter has the Conversation , Culture , and Context sections.I also think the choices of topics for each chapterare appropriate and very useful for students interested in business in China.The textbook is straightforward and I feel that my reading and writing ability havedefinitely improved.The course combines a good mix of learning about Chinese business culture , modern business in China , and the appropriate vocabulary and grammar in thiscontext.

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>