



CHINESE A2 – STANDARD LEVEL – PAPER 1
CHINOIS A2 – NIVEAU MOYEN – ÉPREUVE 1
CHINO A2 – NIVEL MEDIO – PRUEBA 1

Monday 22 May 2006 (morning)
Lundi 22 mai 2006 (matin)
Lunes 22 de mayo de 2006 (mañana)

1 hour 30 minutes / 1 heure 30 minutes / 1 hora 30 minutos

INSTRUCTIONS TO CANDIDATES

- The Simplified version is followed by the Traditional version.
- Do not open this examination paper until instructed to do so.
- Choose either the Simplified version or the Traditional version.
- Section A consists of two passages for comparative commentary.
- Section B consists of two passages for comparative commentary.
- Choose either Section A or Section B. Write one comparative commentary.
- It is not compulsory for you to respond directly to the guiding questions provided. However, you may use them if you wish.

INSTRUCTIONS DESTINÉES AUX CANDIDATS

- La version simplifiée est suivie de la version traditionnelle.
- N'ouvrez pas cette épreuve avant d'y être autorisé(e).
- Choisir ou la version simplifiée ou la version traditionnelle.
- La section A comporte deux passages à commenter.
- La section B comporte deux passages à commenter.
- Choisissez soit la section A, soit la section B. Écrivez un commentaire comparatif.
- Vous n'êtes pas obligé(e) de répondre directement aux questions d'orientation fournies. Vous pouvez toutefois les utiliser si vous le souhaitez.

INSTRUCCIONES PARA LOS ALUMNOS

- La versión simplificada es seguida por la versión tradicional.
- No abra esta prueba hasta que se lo autoricen.
- Elija la versión simplificada o la versión tradicional.
- En la Sección A hay dos fragmentos para comentar.
- En la Sección B hay dos fragmentos para comentar.
- Elija la Sección A o la Sección B. Escriba un comentario comparativo.
- No es obligatorio responder directamente a las preguntas de orientación que se incluyen, pero puede utilizarlas si lo desea.

CHINESE A2 – SIMPLIFIED VERSION

CHINOIS A2 – VERSION SIMPLIFIÉE

CHINO A2 – VERSIÓN SIMPLIFICADA

选答甲组或者乙组

甲组

分析比较下面的两篇选文。

讨论其文字和主题之间的相似与差异，并评论两位作者为传达其意图所采用的手法，如：文章结构、声调语气、形象比喻及其他文体风格等。考生不必按思考题回答，但可利用思考题展开比较评论。

甲组第一篇

女性与计算机

女性当中天生就喜欢计算机的人比男性要少，除非计算机专业的女性，不喜欢也得喜欢，大部分女性对电脑报以友好的微笑，然后敬而远之，躲得远远的。我是计算机系毕业的女性，从不认为计算机是“男性的机器”，但我也不得不承认，我们对电脑的痴迷程度，远远赶不上我们的男同胞们。

5 女人为什么不喜欢计算机，这个问题我不知道应该怎样来回答。女性学习计算机大多数只为谋生，很少是出于兴趣。而男人们则是被这项高新技术本身所吸引，他们把对计算机的痴迷看成是一种信仰，心甘情愿地沉醉其中，把摆弄程序或加大盘容量当做一种有意思的、快乐的事来做。而
10 女人们看来，计算机不过是一种方便的机器，就像洗衣机或者微波炉那样，只要按一按电钮使用它就成了，完全用不着为它大伤脑筋，耗去过多的时间和精力。

女性对机器的淡漠情绪大概与从小学校和家庭对她们的培养和教育有关，计算机科学通常被认为是不适合女孩子学习的专业，女孩子从小就被
15 “数学不好”、“物理难学”之类的暗示所笼罩着，家长和老师通常鼓励女孩子多读一些童话故事或者玩那些漂亮柔顺的洋娃娃。而男孩子总被期待成勇敢、有探索精神的人，教育方式的不同使得男孩子从小就比女孩子更具备“动手能力”，更亲近现代科学技术，更喜欢驾驭和操纵机器。男性除对计算机着迷外，大多数还都喜欢汽车，许多有车的男人动不动就爱拿起扳
20 手、螺丝刀之类，隔三差五地掀起汽车的前盖来寻寻觅觅、拧拧抠抠一番。女性驾车的大多数只图姿态优雅，绝对不肯让手上沾上半点油污，万一自己的“马儿”坏在路上，只有娇滴滴地打电话等待救援，自己是不敢轻易把发动机的盖儿掀开来看个究竟的。不过，我想这倒也没什么坏处，每一次现代版的“英雄救美”都给男士提供了大显身手的机会，要是女性个个
25 都是计算机专家、修车高手的话，那世界显得多单调啊。

赵凝《掌上的芭蕾》一九九九年（散文随笔）

甲组第二篇

兴趣培养呼唤性别互补

在本市近日举行的两项中学生赛事上，机器人制作赛场是“阳盛阴衰”，而演讲赛场则是“阴盛阳衰”。

• 男孩女孩各司强项

5 在市北中学举行的第六届上海市中小学电脑设计与制作成果展机器人竞赛，吸引了上海 181 支中小学代表队，赛场上一眼望去几乎都是男孩，仅有的两个女孩也是来“观战”的。而在复兴高级中学揭幕的上海市第六届重点中学“世纪杯”演讲邀请赛却是“半边天”的天下，参赛者至少五分之四是女生，男生即使上台也成不了气候，以致负责赛事的该校教导主任吴老师有些无奈地说，现在寻找能说会道的男生真的难。

10 男女生的“性别特征”该不该在学习和爱好上“任其自然”？上海市社科院青少年研究所研究员陈建强指出，一般而言，男女间在兴趣选择和爱好发展上存在一些差异并不罕见，将来就是在职业岗位上这种差别还是客观存在的。但是，在校期间男女生自觉或不自觉地扩大“性别差异”，并由性别选择爱好，是一个需要直面的问题。然而，也有一部分教师对此并不以为然，认为男女生对兴趣的自然选择不必过分在意。

• 交叉学习互补缺陷

20 据了解，这种由“性别差异”而影响兴趣选择的现状，在中小学随着年级的增高而显得日益突出。在小学，男女生对兴趣项目的选择基本上是凭自己的喜好而取舍的，男孩喜欢飞机、车子之类的，女生则爱好舞蹈、手工艺。到了初中，这种性别意识对学生的影响加大，男女生在这时往往受同性同伴的影响，女生对动手类的兴趣项目远不如男生起劲，而男生对感情体验型和外向表现型的活动显然也没有女生兴致高。

25 市青少年科技教育中心主任卢晓明说，性别影响兴趣是事实，但我们的教育要让学生学会“互补”。现在的情况是，不论男生还是女生，在选择上过于“性别化”，由此造成学习项目的“狭化”，这将妨碍他们更快更全面的成长。他举例说，有些在科技小制作和小论文写作上很有一套的男生，在回答问题时却显得结结巴巴，表达没有女生那么从容，而一些陈述研究过程很有条理的女生，则在动手能力和思考的点面结合上存在缺陷。因此，他认为男生不妨学些女生擅长的兴趣项目，女生也不妨进入男生基本独占的领地，这样“交叉学习”对性格互补、智力优化和处事有方都有很好的作用。在这方面，学校和家长要多加引导。

苏军《文汇报》二〇〇五年（新闻报导）

思考题：

- 两篇选文怎样通过不同的写作手法揭示了相似的主题？
- 两位作者怎样以主观和客观的不同角度评论男女生差异的现象？
- 两篇文章中的哪些语气和词句有效地加强了对预定读者群的影响？

乙组

分析比较下面的两篇选文。

讨论其文字和主题之间的相似与差异，并评论两位作者为传达其意图所采用的手法，如：文章结构、声调语气、形象比喻及其他文体风格等。考生不必按思考题回答，但可利用思考题展开比较评论。

乙组第一篇

奇装异服

在城里，提起“福记西服”，是无人不知、无人不晓的。

二十多年来，“福记”始终是那块老招牌，朱老板也总是那个笑容，挺着啤酒肚，站在店门口，盯着每个过客的西装，上下打量。

看到剪裁高明的，朱老板一定主动赞美：“这位先生，您的西装在哪儿做的？真高明！”

遇到坏的剪裁，朱老板也很厚道，即使对方请他品评，他也只是笑笑：“还不错！还不错！”

不知是否就因为朱老板会做人，所以能生意兴隆，二十年不堕。

有人眼红，在旁边也开了几家，都抢不过朱老板。

其实“福记西服”的价钱并不便宜，式样也不算新潮，甚至可以说朱老板人固然和蔼，做生意却有点怪。

譬如有人自己拿布料上门，请朱老板剪裁，料子太差的，朱老板一定拒收；顾客要求特别的花样，朱老板也难得接受。算算，这推出去的生意还真不少。

妙的是，每个福记西服的员工，都跟朱老板有同样的坚持，甚至出去开了分店，仍然秉持朱老板的原则。

据说他们都是在看到朱老板的一件“法宝”之后，就成为忠实的信徒。

那“法宝”是一件西装上衣。

“这是我早年在上海开业时做的。”朱老板总是指着那件衣服说，“有一天来了位顾客，拿着料子，要我为他剪裁。我一看布料，说‘这料儿太差了，只怕不值得吧？’顾客回说‘你只管赚工钱就成了，管什么料子？’我心想也对，就接了。”朱老板解开那件衣服的扣子、叹口气，“接着，那顾客又要我把扣子和扣眼，缝成不一样高。我笑说，那不是太滑稽了？顾客还是那句话‘你照做，只管赚工钱就成了！’我再想，只要他给钱，有什么问题呢？就答应了。”朱老板眼睛一瞪，目射寒光，“没多久，对门开了一家西服店，把我的生意全抢了。只要有客人去，那店老板就会拿出一件衣服给他看，让对方摸摸布料，看看扣子，再翻翻领子里钉的商标。那是我的商标啊！”

停了半晌，朱老板举起手上的西装：“我不得不关门大吉了。临走，我到对面那家店，拜访了他们老板，正是来我这儿做西装的那个客人。我说‘我要走了，再也不回上海混，唯一的请求是，能不能让我买回自己做的那套西服。他给了，就是我手里的这一套，临走居然对我说：‘年轻人，钱固然重要，原则却更重要啊！’”

几十年来，这套衣服一直挂在福记的柜子里，每个店员打开柜门拿东西，看到，心都一惊，也就愈是敬慎了。

刘墉《冲破人生的冰河》一九九四年（杂文小品）

乙组第二篇

想起了胡适拒绝作广告

如今名人作广告赚大钱已成寻常事。本来这也没啥稀奇，市场经济需要嘛。只是问题出在不少名人为商家作的广告存在很大的虚假成分。试看，各种药品广告、保健品广告、酒广告、饮料广告、化妆品广告——均有名人登场，张口宣传其疗效或功能，其实这些名人自己未必相信这些广告内容，平时生活中未必使用这些药品、保健品、化妆品，但为了高额广告费，纷纷心甘情愿地去做“托儿”。

不禁想起了当年胡适先生与茶叶广告的一段趣事，或许可以给今天热衷于作广告的名人一点启示。

胡适有个族叔叫胡近仁，两人关系密切。胡近仁到上海开设了一家裕新茶叶店，可是生意欠佳，于是想借当时名气已经很大的胡博士来替他作促销广告。1929年，他给胡适写信，并附上拟好的“博士茶”广告词请胡适过目。广告中说，胡适早年服用此茶“沉痾遂痊愈”，还说“凡崇拜胡博士欲树于文字界者，当自先饮博士茶为盼”。照今日若干名人的标准看，点头同意作此广告乃是轻而易举之事，以胡适当年的名气，此广告面世后必有奇效，“博士茶”可能成为一名牌，畅销后定能给自己带来丰厚利润。何况退一步说，劝人喝茶也没坏处，广告即使夸张些也不会有什么不良后果。即使招来些批评，又何足惧哉！

然而胡适得知此事后，断然拒绝，他立即回信，明确表示：第一，所谓沉痾痊愈“是欺骗人的话”；第二，“博士茶”广告中不能使用胡适的名字，此广告“措词其实甚俗气、小气”；第三，所谓崇拜胡适需饮“博士茶”，“此是最陋俗的话，千万不可发出去”。当然胡适还是很看重和这位族叔的友谊的，信中诚挚地劝告族叔“当细心研究大公司、大书店之广告，自知近世商业中不可借此等俗气方法取胜利。如博士茶之广告，只可说文人学者多嗜饮茶，可助文思，已够了”。胡近仁最终听从了胡适劝告，没有打博士牌作茶叶广告，两人的友谊依然完好如初。

时代真的变了，胡适的做法在某些当红名人眼里或许是“迂腐”的代名词了。在金钱诱惑面前，个人的名誉和良知算得了什么？再说，那么多名人都这样干了，你洁身自好只能是傻瓜一个。呜呼，笔者只能为这些聪明反被聪明误的名人之堕落而深感悲哀。他（她）们如此不知爱惜自己的羽毛，你有什么办法？这种名人，或许只有到某一天因虚假广告坑害消费者触犯了法律法规，受到法律惩处和群众唾弃，才会知道害人又害己的味道，头脑才会清醒些。

然而，对于大多数良知尚未完全泯灭的名人或准名人来说，胡适博士拒绝作“博士茶”广告的逸事，毕竟还是有一些启发的。我相信。

耿法《今晚报》二〇〇五年（时事评论）

思考题：

- 两篇选文都试图通过商业方面的故事说明一个什么样的人生道理？
- 两位作者运用了哪些不同的写作技巧加强自己讲述故事的效果？
- 两篇文章怎样在整体结构中表现了作者的规劝和告诫语气？

CHINESE A2 – TRADITIONAL VERSION
CHINOIS A2 – VERSION TRADITIONNELLE
CHINO A2 – VERSIÓN TRADICIONAL

選答甲組或者乙組

甲組

分析比較下面的兩篇選文。

討論其文字和主題之間的相似與差異，並評論兩位作者為傳達其意圖所採用的手法，如：文章結構、聲調語氣、形像比喻及其他文體風格等。考生不必按思考題回答，但可利用思考題展開比較評論。

甲組第一篇

女性與計算機

女性當中天生就喜歡計算機的人比男性要少，除非計算機專業的女性，不喜歡也得喜歡，大部份女性對電腦報以友好的微笑，然後敬而遠之，躲得遠遠的。我是計算機系畢業的女性，從不認為計算機是“男性的機器”，但我也不得不承認，我們對電腦的痴迷程度，遠遠趕不上我們的男同胞們。

5 女人為什麼不喜歡計算機，這個問題我不知道應該怎樣來回答。女性學習計算機大多數只為謀生，很少是出於興趣。而男人們則是被這項高新技術本身所吸引，他們把對計算機的痴迷看成是一種信仰，心甘情願地沈醉其中，把擺弄程序或加大盤容量當做一種有意思的、快樂的事來做。而
10 而女人們看來，計算機不過是一種方便的機器，就像洗衣機或者微波爐那樣，只要按一按電鈕使用它就成了，完全用不著為它大傷腦筋，耗去過多的時間和精力。

15 女性對機器的淡漠情緒大概與從小學校和家庭對她們的培養和教育有關，計算機科學通常被認為是不適合女孩子學習的專業，女孩子從小就被“數學不好”、“物理難學”之類的暗示所籠罩著，家長和老師通常鼓勵女孩子多讀一些童話故事或者玩那些漂亮柔順的洋娃娃。而男孩子總被期待成勇敢、有探索精神的人，教育方式的不同使得男孩子從小就比女孩子更具備“動手能力”，更親近現代科學技術，更喜歡駕馭和操縱機器。男性除對
20 計算機著迷外，大多數還都喜歡汽車，許多有車的男人動不動就愛拿起扳手、鏢絲刀之類，隔三差五地掀起汽車的前蓋來尋尋覓覓、擰擰摳摳一番。女性駕車的大多數只圖姿態優雅，絕對不肯讓手上沾上半點油污，萬一自己的“馬兒”壞在路上，只有嬌滴滴地打電話等待救援，自己是不敢輕易把發動機的蓋兒掀開來看個究竟的。不過，我想這倒也沒什麼壞處，每一次現代版的“英雄救美”都給男士提供了大顯身手的機會，要是女性個個
25 都是計算機專家、修車高手的話，那世界顯得多單調啊。

趙凝《掌上的芭蕾》一九九九年（散文隨筆）

甲組第二篇

興趣培養呼喚性別互補

在本市近日舉行的兩項中學生賽事上，機器人製作賽場是“陽盛陰衰”，而演講賽場則是“陰盛陽衰”。

- 男孩女孩各司強項

5 在市北中學舉行的第六屆上海市中小學電腦設計與製作成果展機器人競賽，吸引了上海 181 支中小學代表隊，賽場上一眼望去幾乎都是男孩，僅有的兩個女孩也是來“觀戰”的。而在復興高級中學揭幕的上海市第六屆重點中學“世紀杯”演講邀請賽卻是“半邊天”的天下，參賽者至少五分之四是女生，男生即使上臺也成不了氣候，以致負責賽事的該校教導主任吳老師有些無奈地說，現在尋找能說會道的男生真的難。

10 男女生的“性別特徵”該不該在學習和愛好上“任其自然”？上海市社科院青少年研究所研究員陳建強指出，一般而言，男女間在興趣選擇和愛好發展上存在一些差異並不罕見，將來就是在職業崗位上這種差別還是客觀存在的。但是，在校期間男女生自覺或不自覺地擴大“性別差異”，並由性別選擇愛好，是一個需要直面的問題。然而，也有一部份教師對此並不以為然，認為男女生對興趣的自然選擇不必過份在意。

- 交叉學習互補缺陷

20 據瞭解，這種由“性別差異”而影響興趣選擇的現狀，在中小學隨著年級的增高而顯得日益突出。在小學，男女生對興趣項目的選擇基本上是憑自己的喜好而取捨的，男孩喜歡飛機、車子之類的，女生則愛好舞蹈、手工藝。到了初中，這種性別意識對學生的影響加大，男女生在這時往往受同性同伴的影響，女生對動手類的興趣項目遠不如男生起勁，而男生對感情體驗型和外向表現型的活動顯然也沒有女生興致高。

25 市青少年科技教育中心主任盧曉明說，性別影響興趣是事實，但我們的教育要讓學生學會“互補”。現在的情況是，不論男生還是女生，在選擇上過於“性別化”，由此造成學習項目的“狹化”，這將妨礙他們更快更全面的成長。他舉例說，有些在科技小製作和小論文寫作上很有一套的男生，在回答問題時卻顯得結結巴巴，表達沒有女生那麼從容，而一些陳述研究過程很有條理的女生，則在動手能力和思考的點面結合上存在缺陷。因此，他認為男生不妨學些女生擅長的興趣項目，女生也不妨進入男生基本獨佔的領地，這樣“交叉學習”對性格互補、智力優化和處事有方都有很好的作用。在這方面，學校和家長要多加引導。

蘇軍《文匯報》二〇〇五年（新聞報導）

思考題：

- 兩篇選文怎樣通過不同的寫作手法揭示了相似的主題？
- 兩位作者怎樣以主觀和客觀的不同角度評論男女生差異的現象？
- 兩篇文章中的哪些語氣和詞句有效地加強了對預定讀者群的影響？

乙組

分析比較下面的兩篇選文。

討論其文字和主題之間的相似與差異，並評論兩位作者為傳達其意圖所採用的手法，如：文章結構、聲調語氣、形像比喻及其他文體風格等。考生不必按思考題回答，但可利用思考題展開比較評論。

乙組第一篇

奇裝異服

在城里，提起“福記西服”，是無人不知、無人不曉的。

二十多年來，“福記”始終是那塊老招牌，朱老闆也總是那個笑容，挺著啤酒肚，站在店門口，盯著每個過客的西裝，上下打量。

5 看到剪裁高明的，朱老闆一定主動讚美：“這位先生，您的西裝在哪兒做的？真高明！”

遇到壞的剪裁，朱老闆也很厚道，即使對方請他品評，他也只是笑笑：“還不錯！還不錯！”

不知是否就因為朱老闆會做人，所以能生意興隆，二十年不墮。

有人眼紅，在旁邊也開了幾家，都搶不過朱老闆。

10 其實“福記西服”的價錢並不便宜，式樣也不算新潮，甚至可以說朱老闆人固然和藹，做生意卻有點怪。

譬如有人自己拿布料上門，請朱老闆剪裁，料子太差的，朱老闆一定拒收；顧客要求特別的花樣，朱老闆也難得接受。算算，這推出去的生意還真不少。

15 妙的是，每個福記西服的員工，都跟朱老闆有同樣的堅持，甚至出去開了分店，仍然秉持朱老闆的原則。

據說他們都是在看到朱老闆的一件“法寶”之後，就成為忠實的信徒。

那“法寶”是一件西裝上衣。

20 “這是我早年在上海開業時做的。”朱老闆總是指著那件衣服說，“有一天來了位顧客，拿著料子，要我為他剪裁。我一看布料，說‘這料兒太差了，只怕不值得吧？’顧客回說‘你只管賺工錢就成了，管什麼料子？’我心想也對，就接了。”朱老闆解開那件衣服的釦子、嘆口氣，“接著，那顧客又要我把釦子和釦眼，縫成不一樣高。我笑說，那不是太滑稽了？顧客還是那句話‘你照做，只管賺工錢就成了！’我再想，只要他給錢，有什麼問題呢？就答應了。”朱老闆眼睛一瞪，目射寒光，“沒多久，對門開了一家西服店，把我的生意全搶了。只要有客人去，那店老闆就會拿出一件衣服給他看，讓對方摸摸布料，看看釦子，再翻翻領子裡釘的商標。那是我的商標啊！”

25 停了半晌，朱老闆舉起手上的西裝：“我不得不關門大吉了。臨走，我到對面那家店，拜訪了他們老闆，正是來我這兒做西裝的那個客人。我說‘我要走了，再也不回上海混，唯一的請求是，能不能讓我買回自己做的那套西服。他給了，就是我手裡的這一套，臨走居然對我說：‘年輕人，錢固然重要，原則卻更重要啊！’”

30 幾十年來，這套衣服一直掛在福記的櫃子裡，每個店員打開櫃門拿東西，看到，心都一驚，也就愈是敬慎了。

劉墉《衝破人生的冰河》一九九四年（雜文小品）

乙組第二篇

想起了胡適拒絕作廣告

如今名人作廣告賺大錢已成尋常事。本來這也沒啥稀奇，市場經濟需要嘛。只是問題出在不少名人為商家作的廣告存在很大的虛假成份。試看，各種藥品廣告、保健品廣告、酒廣告、飲料廣告、化妝品廣告——均有名人登場，張口宣傳其療效或功能，其實這些名人自己未必相信這些廣告內容，平時生活中未必使用這些藥品、保健品、化妝品，但為了高額廣告費，紛紛心甘情願地去做“托兒”。

不禁想起了當年胡適先生與茶葉廣告的一段趣事，或許可以給今天熱衷於作廣告的名人一點啟示。

胡適有個族叔叫胡近仁，兩人關係密切。胡近仁到上海開設了一家裕新茶葉店，可是生意欠佳，於是想借當時名氣已經很大的胡博士來替他作促銷廣告。1929年，他給胡適寫信，並附上擬好的“博士茶”廣告詞請胡適過目。廣告中說，胡適早年服用此茶“沈疴遂痊癒”，還說“凡崇拜胡博士欲樹於文字界者，當自先飲博士茶為盼”。照今日若干名人的標準看，點頭同意作此廣告乃是輕而易舉之事，以胡適當年的名氣，此廣告面世後必有奇效，“博士茶”可能成為一名牌，暢銷後定能給自己帶來豐厚利潤。何況退一步說，勸人喝茶也沒壞處，廣告即使誇張些也不會有什麼不良後果。即使招來些批評，又何足懼哉！

然而胡適得知此事後，斷然拒絕，他立即回信，明確表示：第一，所謂沈疴痊癒“是欺騙人的話”；第二，“博士茶”廣告中不能使用胡適的名字，此廣告“措詞其實甚俗氣、小氣”；第三，所謂崇拜胡適需飲“博士茶”，“此是最陋俗的話，千萬不可發出去”。當然胡適還是很看重和這位族叔的友誼的，信中誠摯地勸告族叔“當細心研究大公司、大書店之廣告，自知近世商業中不可借此等俗氣方法取勝利。如博士茶之廣告，只可說文人學者多嗜飲茶，可助文思，已夠了”。胡近仁最終聽從了胡適勸告，沒有打博士牌作茶葉廣告，兩人的友誼依然完好如初。

時代真的變了，胡適的做法在某些當紅名人眼裡或許是“迂腐”的代名詞了。在金錢誘惑面前，個人的名譽和良知算得了什麼？再說，那麼多名人都這樣幹了，你潔身自好只能是傻瓜一個。嗚呼，筆者只能為這些聰明反被聰明誤的名人之墮落而深感悲哀。他（她）們如此不知愛惜自己的羽毛，你有什麼辦法？這種名人，或許只有到某一天因虛假廣告坑害消費者觸犯了法律法規，受到法律懲處和群眾唾棄，才會知道害人又害己的味道，頭腦才會清醒些。

然而，對於大多數良知尚未完全泯滅的名人或准名人來說，胡適博士拒絕作“博士茶”廣告的逸事，畢竟還是有一些啟發的。我相信。

耿法《今晚報》二〇〇五年（時事評論）

思考題：

- 兩篇選文都試圖通過商業方面的故事說明一個什麼樣的人生道理？
- 兩位作者運用了哪些不同的寫作技巧加強自己講述故事的效果？
- 兩篇文章怎樣在整體結構中表現了作者的規勸和告誡語氣？