



# Cambridge International A Level

CHINESE LANGUAGE & LITERATURE

9868/12

Paper 1 Reading

October/November 2025

INSERT

1 hour 30 minutes

## INFORMATION

- This insert contains the reading passages.
- You may annotate this insert and use the blank spaces for planning. **Do not write your answers** on the insert.

## 信息

- 这份插页有考生需要阅读的短文。
- 考生可以在插页上写笔记，也可以在插页空白处写大纲。**不要把答案写在插页上。**



This document has **8** pages. Any blank pages are indicated.

## 问题 1-6

阅读短文一，回答问题 1-6。从A、B、C或D中选择正确的答案，把答案涂在答题卡上。每题只填涂一个字母。

## 短文一

## 在城市种菜

你能想象在城里做农夫吗？如今，阳台种菜正逐渐兴起，上至60后，下至00后，不分职业和地域，纷纷在自家阳台上开辟出一个个迷你菜园。这个看似不起眼的爱好，已经“种”出了百亿规模的市场。

家庭种菜，可以说是“看上去很美”。作为一门技术活，需要了解不同蔬菜的生长特性。另外，即使日复一日地浇水捉虫，也未必能够丰收，成本远远高于买菜。但人们为何依然乐此不疲呢？其实，他们往往不在乎收成，而更在意劳动带来的精神满足。阳台种菜让他们回归自然，却又不需放弃城市的便利。虽然种菜过程有失有得，但也释放掉了生活的压力。

阳台菜园虽小，却能让生活通向更广阔的天地。蔬菜每天生长变化的惊喜，让人乐于和亲朋分享。丰收时，和邻里交换成果，互通有无，可以感受满满的人情。而无论身处何方，都可以在社交平台与远方网友交流心得。有的社区还发起了共享菜园计划，虽然出发点是发展社区经济，但更重要的是提供了一个开放的绿色场所。当然，菜园也就随之成了放松聊天的好去处。

年轻人对于美的追求，让他们倾向于选择有观赏性的蔬菜，给城市绿化增添了色彩。小朋友则在种菜中感受自然，学会珍惜食物。而对老人来说，小小菜园让他们老有所乐。可见，都市菜园，培育的不止是有机蔬菜，更是生活的味道。

## 问题 7-12

阅读短文二，回答问题 7-12。短文二中有六句话（7-12）被去除。从句子（A-H）中选出正确答案填空。每个字母只能用一次，有两个多余的字母是不必选的。

## 短文二

## 特别的面试

一家公司招聘营销经理，三名候选人进入了最后一轮考核。

面试地点是一座果园，门口有一位大爷负责看守。总经理领着他们进门时，小王从门卫室旁径直走了过去，小李则冷淡地扫了一眼门卫室，只有小丁热情地和大爷打了招呼。

总经理指着三棵高大的苹果树说：“你们每人一棵树，谁摘的苹果最多，谁就会被聘用。”摘苹果和营销能有什么关系呢？他们...(7)...，不过，谁也没有询问原因，只是默默照做了。

果树虽高，但小王身高臂长，小李灵巧擅爬，他们很快就摘了不少苹果。只有小丁个子最小，...(8)...，更别提采摘。怎么办呢？他不动声色，面容平静，大脑却飞速转动起来。

“要是架梯子就好了。”小丁想。他想到了门卫大爷，立即跑到门卫室，说明了情况。大爷...(9)...，笑眯眯地听他说完，慢慢站起身来，领着小丁找到了门卫室后的梯子。

有了梯子，小丁摘起果子来有如神助。这时，小王和小李却遇到了难题。小王再高大，也够不到树顶。小李再敏捷，也不敢爬上细枝。眼看着小丁越摘越多，他们...(10)...。小王烦躁地来回踱步，小李挠破了头皮。

正在无计可施时，他们突然想起了门卫大爷，连忙慌慌张张地跑到门卫室求助。梯子只有一架，他们自然没有成功。他们...(11)...，却发现总经理已经宣布小丁胜出，因为遇到困难时，能迅速打开局面正是一位合格的营销经理需要具备的素质。

做事时，...(12)...往往会事半功倍。正是小丁对门卫大爷的尊重，让他为自己搭好了通向成功的“梯子”。

## 问题 13-20

阅读短文三，关于四个人对健身的看法，回答问题 13-20。从A、B、C或D中选择正确的答案，把答案涂在答题卡上。每题只填涂一个字母。

## 短文三

**A 王川**

提到健身，大家首先想到的往往是去健身房找个教练，跟着练习。但现在的很多健身器材，占地很小，居家就可健身；而不少线上健身节目，只需要一个瑜伽垫就能跟着做；户外运动则能把休闲和健身完美结合在一起，随心而动，随处即可健身。另外，光有好教练是不够的，还必须有科学的方法，做好规划，有规律、有节奏、有目标地进行。

**B 李闪**

如今，线上平台也能打造出互动式健身体验。不过，虽然这让人不必再拘泥于场所，但跟着直播学，做错动作很难得到及时指正，也缺乏有针对性的专业意见。好在有不少线上平台开始和健身房合作，让更多人以优惠的价格走进健身房，教练们也会先通过直播吸引用户。当然，上私教课必须了解对方的训练风格、训练计划是否符合自己的要求，安全保障是否到位。只有这样，才能让自己练得舒心。

**C 林元**

网上教练的教学和沟通能力，是线上健身的一大“痛点”。有的网上教练发现用户的喜好很难掌握，需要不断摸索；有的虽然制作了视频，还提供了营养计划，但他们不懂得互动，导致用户缺乏参与的热情。相对来说，线下健身沟通起来就快捷得多。健身难在坚持，如果能加入社区的健身俱乐部，大家互相督促、彼此鼓励，就更有动力长期坚持下去。

**D 吴皓**

健身讲究细水长流，做计划虽然有助于安排时间，但要想将健身真正进行到底，还必须量力而为。有些年轻人喜欢跟同伴攀比，为了炫耀自己漂亮的肌肉，不经指导就做高强度、长时间的训练。尤其是青少年，由于发育程度不一，他们更需要了解自己的体能，明白适合自己的才是最好的，盲目运动只会适得其反，带来负面影响。

## 问题 21-32

阅读短文四，回答问题 21-32。从A、B、C或D中选择最合适的答案，把答案涂在答题卡上。每题只填涂一个字母。

## 短文四

## 网红品牌

互联网让许多普通人一夜成名，“网红”这个...(21)...也随之诞生。很多人认为，“网红”...(22)...是个别人的偶然走红，殊不知，其内涵早已发生了变化。事实上，...(23)...的“网红经济”，已发展出完整的团队和产业链。...(24)...承不承认，不少产品和销售渠道，都深受“网红经济”影响。

有人认为，尽管“网红品牌”...(25)...了关注度，却难逃短命的结局。原因在于，很多营销噱头，其实远比产品本身吸引人。...(26)...吸引力不再，消费者就会离去。这个观点乍看...(27)...，实则不然。放眼望去，...(28)...的“网红品牌”，从茶酒到美妆，比比皆是。

实际上，“网红品牌”非但无罪，反而能带来诸多好处。说到底，它要打造的就是明星效应。拥有出众的品牌形象，节省营销费用自不必说，而且...(29)...因为带着“明星”光环，它也更容易获得消费者的关注和青睐。

“网红品牌”之所以能越来越...(30)...，是因为手机和互联网的发展和成熟。每个人都可以通过社交平台分享自己的观点，并影响他人。试想，当你发现所有人都在谈论某个品牌的时候，无论是出于好奇还是从众心理，你大概也想“一探究竟”吧。

不过，...(31)...过度的媒体炒作、鱼龙混杂的“网红”生态，也滋生了很多问题。且不说消费者权益难以得到保障，就是到底什么商品才会爆红也很难预测，这无疑...(32)...企业提出了更高的要求。

## 问题 33-40

阅读短文五，回答问题 33-40。从A、B、C或D中选择正确的答案，把答案涂在答题卡上。每题只填涂一个字母。

## 短文五

## 爱抄写的母亲

小时候，母亲曾带我去办公室玩。没有伙伴的我，很快就坐不住，发出各种声音吸引她的注意。母亲无可奈何，便说：“那我教你写毛笔字吧。”

母亲一说教我写字，我就不觉得闷了。只见母亲打开砚台，倒入墨汁，从笔筒里抽出一支毛笔，熟练蘸墨，然后写到纸上。母亲下笔时行云流水，我至今还印象深刻。她就像一位身怀绝技又深藏不露的大师，不小心展示了真功夫。

从记事起，母亲就爱写毛笔字，但每次只写一小会儿。上班时，她要挤午休时间编织全家的保暖衣物。下班了，又有繁琐的家务等着她。尽管如此，她还是一有空就抄呀写的。她最喜欢看日历，那时的日历每页都有诗词和柴米油盐小窍门，她总是把它们抄下来。我耳里成天塞满了她抄来的知识，我不乐意听，但她也只笑笑。

长大后，手写字渐渐被打字代替了，连家信也渐渐消失。有一年春节回家，做年夜饭时，我不时打开手机查菜谱。

“哎呀，我抄呀写呀，好的诗呀常识呀，都想给你留下。谁想到上网一查就有了，我抄的笔记都没有用了……”母亲突然哀声说。我愣住了。那一刻，我忽然懂得母亲半生的抄写，原来写的是“爱的百科全书”。

怎么才能安慰母亲呢？怎么才能让她觉得自己写的字是重要的呢？我特意买了一套精致的文房四宝送她，母亲说什么也舍不得用。我绞尽脑汁，终于想到找出小时候参加比赛获奖的笔记本，请母亲帮我抄写诗词。母亲这才答应了。开始抄写前，还先用几层干净的旧报纸把笔记本仔细包牢，像包装一件寄到远方的贵重礼物。

她又开始抄写了，用的还是旧砚台和旧笔墨。午后暖光下，母亲戴着老花眼镜，像从前一样，一笔一划抄着流传千年的字句，仿佛在干一件了不起的大事。看见母亲在静静抄写，我便安心许多。



**BLANK PAGE**

---

Permission to reproduce items where third-party owned material protected by copyright is included has been sought and cleared where possible. Every reasonable effort has been made by the publisher (UCLES) to trace copyright holders, but if any items requiring clearance have unwittingly been included, the publisher will be pleased to make amends at the earliest possible opportunity.

To avoid the issue of disclosure of answer-related information to candidates, all copyright acknowledgements are reproduced online in the Cambridge Assessment International Education Copyright Acknowledgements Booklet. This is produced for each series of examinations and is freely available to download at [www.cambridgeinternational.org](http://www.cambridgeinternational.org) after the live examination series.

Cambridge Assessment International Education is part of Cambridge Assessment. Cambridge Assessment is the brand name of the University of Cambridge Local Examinations Syndicate (UCLES), which is a department of the University of Cambridge.