

2021年12月·第1套 英语六级阅读理解（四选一） 第2篇·51-55 题 答案与解析

QUESTIONS & ANALYSIS · 阅读理解题和解析

阅读理解题和解析 · 51-55 题

本页 51-55 题的答案与逐题解析由懒笔记基于2021年12月·第1套 英语六级阅读理解（四选一）原卷逐题核对整理。与试卷排版同一卷面：先是 Directions 与 7 段原文（段首标 P1-P7 段号、逐段附中文翻译）；之后 5 道题逐题排列，每题英文题干与选项后紧接本题解析——题干与选项中译、答案、题型判定、题干拆句、定位句中英对照与逐选项对错归因。

真题卷第1套(2021-12) · 六级

Part III Section C (2)

Directions: There are 2 passages in this section. Each passage is followed by some questions or unfinished statements. For each of them there are four choices marked A), B), C) and D). You should decide on the best choice and mark the corresponding letter on **Answer Sheet 2** with a single line through the centre.

Passage Two

Questions 51 to 55 are based on the following passage.

P1 In recent years, the food industry has increased its use of labels. Whether the labels say 'non-GMO(非转基因的)' or 'no sugar,' or 'zero carbohydrates', consumers are increasingly demanding more information about what's in their food. One report found that 39 percent of consumers would switch from the brands they currently buy to others that provide clearer, more accurate product information. Food manufacturers are responding to the report with new labels to meet that demand, and they're doing so with an eye towards giving their products an advantage over the competition, and bolstering profits.

近年来,食品行业越来越多地使用标签。无论标签上写着“非转基因”、“无糖”还是“零碳水化合物”,消费者越来越要求了解更多关于食品成分的信息。一份报告发现,39%的消费者会从他们目前购买的品牌转向那些提供更清晰、更准确产品信息的品牌。食品制造商正在用新标签来回应这一报告以满足这种需求,而且他们这样做时着眼于让自己的产品在竞争中获得优势并提高利润。

P2 This strategy makes intuitive sense. If consumers say they want transparency, tell them exactly what is in your product. That is simply supplying a certain demand. But the marketing strategy in response to this consumer demand has gone beyond articulating what is in a product, to labeling what is NOT in the food. These labels are known as "absence claims" labels, and they represent an emerging labeling trend that is detrimental both to the consumers who purchase the products and the industry that supplies them.

这种策略在直觉上是合理的。如果消费者说他们想要透明度,那就准确告诉他们你的产品里有什么。这只是满足某种需求。但针对这种消费者需求的营销策略已经超越了说明产品中有什么,转而标注食品中没有什

么。这些标签被称为"不含声明"标签,它们代表了一种新兴的标签趋势,对购买产品的消费者和供应产品的行业都是有害的。

P3 For example, Hunt's put a "non-GMO" label on its canned crushed tomatoes a few years ago—despite the fact that at the time there was no such thing as a GMO tomato on the market. Some dairy companies are using the "non-GMO" label on their milk, despite the fact that all milk is naturally GMO-free, another label that creates unnecessary fear around food.

例如,Hunt's几年前在其罐装碎番茄上贴了"非转基因"标签——尽管当时市场上根本不存在转基因番茄。一些乳制品公司在牛奶上使用"非转基因"标签,尽管所有牛奶天然就不含转基因成分,这是另一个在食品周围制造不必要恐慌的标签。

P4 While creating labels that play on consumer fears and misconceptions about their food may give a company a temporary marketing advantage over competing products on the grocery aisle, in the long term this strategy will have just the opposite effect: by injecting fear into the discourse about our food, we run the risk of eroding consumer trust in not just a single product, but the entire food business.

虽然制造利用消费者对食品的恐惧和误解的标签可能会让公司在杂货店货架上的竞争产品中获得暂时的营销优势,但从长远来看,这种策略将产生恰恰相反的效果:通过向关于我们食品的讨论中注入恐惧,我们面临着不仅侵蚀消费者对单一产品的信任,而且侵蚀对整个食品行业信任的风险。

P5 Eventually, it becomes a question in consumers' minds: Were these foods ever safe? By purchasing and consuming these types of products, have I already done some kind of harm to my family or the planet?

最终,这在消费者心中会变成一个问题:这些食品曾经安全过吗?通过购买和消费这些类型的产品,我是否已经对我的家人或地球造成了某种伤害?

P6 For food manufacturers, it will mean damaged consumer trust and lower sales for everyone. And this isn't just supposition. A recent study found that absence claims labels can create a stigma around foods even when there is no scientific evidence that they cause harm.

对于食品制造商来说,这将意味着消费者信任受损和所有人的销售额下降。而且这不仅仅是推测。最近的一项研究发现,即使没有科学证据表明食品会造成伤害,不含声明标签也会在食品周围制造污名。

P7 It's clear that food manufacturers must tread carefully when it comes to using absence claims. In addition to the likely negative long-term impact on sales, this verbal trick sends a message that innovations in farming and food processing are unwelcome, eventually leading to less efficiency, fewer choices for consumers, and ultimately, more costly food products. If we allow this kind of labeling to continue, we will all lose.

显然,食品制造商在使用不含声明时必须谨慎行事。除了对销售可能产生的长期负面影响外,这种文字技巧还传递了一个信息,即农业和食品加工方面的创新是不受欢迎的,最终导致效率降低、消费者选择减少,以及最终更昂贵的食品产品。如果我们允许这种标签继续存在,我们都将遭受损失。

题目与逐题解析

51. What trend has been observed in a report?

- A) Food manufacturers, rising awareness of product safety.
- B) Food manufacturers, changing strategies to bolster profits.
- C) Consumers, growing demand for eye-catching food labels.
- D) Consumers, increasing desire for clear product information.

报告中观察到了什么趋势?

- A) 食品制造商对产品安全的意识不断提高。 B) 食品制造商改变策略以提高利润。
- C) 消费者对醒目食品标签的需求不断增长。 D) 消费者越来越希望获得清晰的产品信息。

【答案】 D (细节题)

【判型】 题干 What trend has been observed in a report 是问一份报告里观察到的具体趋势，属于可直接回原文找事实陈述的题。

【拆句】 题干 What trend has been observed in a report 是一个被动语态的特殊疑问句，主干是 "What trend has been observed"，介词短语 "in a report" 限定观察发生在那份报告之内。结构平铺直叙，无陷阱。

【定位】 One report found that 39 percent of consumers would switch from the brands they currently buy to others that provide clearer, more accurate product information.

一份报告发现，39% 的消费者会从他们目前购买的品牌转向那些能提供更清晰、更准确产品信息的品牌。

【选项】 A) 张冠李戴

Food manufacturers, rising awareness of product safety 把趋势主体偷换成了制造商，且原文 One report found that 39 percent of consumers 明确主体是消费者。

B) 答非所问

Food manufacturers, changing strategies to bolster profits 描述的是原文 they're doing so with an eye towards...bolstering profits 里制造商的反应，而非那份 report 观察到的 trend。题干 What trend has been observed in a report 指向报告里的发现，不是报告之外的厂商动作。

C) 偷换概念

Consumers, growing demand for eye-catching food labels 把原文中消费者要的 "clearer, more accurate" 偷换成了 "eye-catching" (吸睛的)，并把对 "information" 的诉求换成对 "labels" 的诉求——视觉冲击力不等于信息清晰。

D) ✓ 正确

39 percent of consumers would switch from the brands they currently buy to others that provide clearer, more accurate product information

↔ **increasing desire for clear product information**

consumers are increasingly demanding more information about what's in their food ↔

Consumers, increasing desire for clear product information

预判出的两个要素（主体是消费者、内容是清晰准确的产品信息）与 Consumers, increasing desire for clear product information 逐一对应。

52. What does the author say is manufacturers' new marketing strategy?

- A) Stressing the absence of certain elements in their products.
- B) Articulating the unique nutritional value of their products.
- C) Supplying detailed information of their products.
- D) Designing transparent labels for their products.

作者认为制造商的新营销策略是什么？

- A) 强调其产品中不含某些成分。
- B) 阐明其产品独特的营养价值。
- C) 提供其产品的详细信息。
- D) 为其产品设计透明的标签。

【答案】 A (细节题)

【判型】 题干 What does the author say is manufacturers' new marketing strategy 用 "What does the author say" 引导，问的是作者直接陈述的内容。

【拆句】 题干 What does the author say is manufacturers' new marketing strategy 是一个嵌套疑问句：主问句 "What does the author say" 后接一个省略 that 的宾语从句，其内核为 "X is Y"，求的是 X（即策略的内容）。无陷阱。

【定位】 But the marketing strategy in response to this consumer demand has gone beyond articulating what is in a product, to labeling what is NOT in the food.

但回应这种消费需求的营销策略已经不再止于说明产品里有什么，而是去标注食品里没有什么。

【选项】 A) ✓ 正确

labeling what is NOT in the food ↔

Stressing the absence of certain elements in their products

These labels are known as "absence claims" labels ↔

Stressing the absence of certain elements in their products

Stressing the absence of certain elements in their products 的核心 "absence of certain elements" 恰好就是预判的 "没有什么"。

B) 无中生有

Articulating the unique nutritional value of their products 提到的 "unique nutritional value" (独特营养价值) 在原文完全无对应，属于在 articulating 一词上做的无中生有延伸。

C) 与原文相反

Supplying detailed information of their products 描述的是 articulating what is in a product 这种 "旧" 策略，正是 But 之前被作者用 "has gone beyond" 否定掉的部分，不是 "new" 策略。

D) 偷换概念

Designing transparent labels for their products 的 "transparent labels" (透明标签) 借用了原文 If consumers say they want transparency 中 "transparency"，但 transparency 描述的是消费者诉求，并非作者所说的 "new marketing strategy" 的内容。

53. What point does the author make about non-GMO labels?

- A) They are increasingly attracting customers' attention.
- B) They create lots of trouble for GMO food producers.
- C) They should be used more for vegetables and milk.
- D) They cause anxiety about food among consumers.

作者对非转基因标签提出了什么观点？

- A) 它们越来越吸引顾客的注意力。
- B) 它们给转基因食品生产商带来很多麻烦。
- C) 它们应该更多地用于蔬菜和牛奶。
- D) 它们引起消费者对食品的焦虑。

【答案】 D (细节题)

【判型】 题干 What point does the author make about non-GMO labels 问的是作者就某一具体对象表达的观点，可在原文锁定句中找到原据，归为细节题。

【拆句】 题干 What point does the author make about non-GMO labels 中 "make a point" 是固定搭配，意为 "提出/表达一个观点"，介词 "about" 后接观点对象。结构简洁，无陷阱。

【定位】 Some dairy companies are using the "non-GMO" label on their milk, despite the fact that all milk is naturally GMO-free, another label that creates unnecessary fear around food.

一些乳制品公司在他们的牛奶上使用 "非转基因" 标签，尽管所有牛奶天然就不含转基因——这是又一个在食品周围制造不必要恐惧的标签。

【选项】 A) 无中生有

They are increasingly attracting customers' attention 描述的 "吸引注意" 在 P3 没有任何对应；原文谈的是制造恐惧，不是吸引眼球。

B) 无中生有

They create lots of trouble for GMO food producers 把目标受影响对象写成 GMO 食品生产商，原文只谈消费者层面的恐惧，未提对 GMO 生产商的麻烦。

C) 与原文相反

They should be used more for vegetables and milk 借用了 P3 例证中的 tomatoes 与 milk，但作者意图恰恰是批评而非鼓励这种标签的使用——"should be used more" 与作者立场相反。

D) ✓ 正确

another label that creates unnecessary fear around food ↔

They cause anxiety about food among consumers

预判落点是 creates unnecessary fear，选项 cause anxiety about food 与之核心语义全等。

54. What does the author say absence claims labels will do to food manufacturers?

A) Cause changes in their marketing strategies.

B) Help remove stigma around their products.

C) Erode consumer trust and reduce sales.

D) Decrease support from food scientists.

作者认为不含声明标签会对食品制造商产生什么影响？

A) 导致其营销策略发生变化。 B) 帮助消除围绕其产品的污名。 C) 削弱消费者信任并减少销售额。

D) 减少来自食品科学家的支持。

【答案】 C (细节题)

【判型】 题干 What does the author say absence claims labels will do to food manufacturers 问的是 "会对食品制造商造成什么"，是可逐字回原文核对的细节。

【拆句】 题干 What does the author say absence claims labels will do to food manufacturers 是嵌套疑问句：主问句 "What does the author say"，宾语从句中 "absence claims labels will do to food manufacturers" 主谓宾完整，"will do" 谓语带将来时态，问的是未来后果。

【定位】 For food manufacturers, it will mean damaged consumer trust and lower sales for everyone.
对食品制造商而言，这（指 absence claims labels）将意味着消费者信任受损和销量普遍下降。

【选项】 A) 答非所问

Cause changes in their marketing strategies 写的是营销策略的变化，原文未提制造商会因此改变策略；且题干问 "will do to manufacturers" 是问对制造商造成的伤害，不是问制造商的反应。

B) 与原文相反

Help remove stigma around their products 与原文 absence claims labels can create a stigma around foods 完全相反——原文是 create a stigma（制造污名化），选项却说 remove stigma（去除污名化）。

C) ✓ 正确

damaged consumer trust and lower sales ↔ **Erode consumer trust and reduce sales**
eroding consumer trust in not just a single product, but the entire food business ↔

Erode consumer trust and reduce sales

预判的 "信任受损 + 销量下降" 与 Erode consumer trust and reduce sales 一一对应，连并列连词 "and" 都保留。

D) 无中生有

Decrease support from food scientists 提及的 "food scientists" 在原文中从未出现，属于无中生有；原文 there is no scientific evidence 只是说没有科学证据证明这些食品有害，并非谈科学家的支持度。

55. What does the author suggest food manufacturers do?

- A) Take measures to lower the cost of food products.
- B) Exercise caution about the use of absence claims.
- C) Welcome new innovations in food processing.
- D) Promote efficiency and increase food variety.

作者建议食品制造商做什么？

- A) 采取措施降低食品产品的成本。
- B) 对使用不含声明保持谨慎。
- C) 欢迎食品加工方面的新创新。
- D) 提高效率并增加食品种类。

【答案】 B （细节题）

【判型】 题干 What does the author suggest food manufacturers do 问的是作者对制造商的具体建议，可在原文锁定句找到对应，归为细节题。

【拆句】 题干 What does the author suggest food manufacturers do 是嵌套疑问句：主问 "What does the author suggest"，宾语从句 "food manufacturers do" 用了 suggest 后从句的虚拟语气（动词原形 do），中国考生易把 "do" 误以为漏字，需点明这是语法规范。

【定位】 It's clear that food manufacturers must tread carefully when it comes to using absence claims.

很明显，在使用 "absence claims" 标签这件事上，食品制造商必须谨慎行事。

【选项】 A) 答非所问

Take measures to lower the cost of food products 涉及降低食品成本，原文 more costly food products 只是把高成本列为如果继续使用 absence claims 将会出现的后果，不是作者给出的建议。

B) ✓ 正确

food manufacturers must tread carefully when it comes to using absence claims ↔

Exercise caution about the use of absence claims

Exercise caution about the use of absence claims 与预判——对应，且 "absence claims" 在选项与原文中原词复现。

C) 过度推断

Welcome new innovations in food processing 把 "欢迎创新" 当作建议；但原文 this verbal trick sends a message that innovations in farming and food processing are unwelcome 是说 absence claims 这种文字游戏暗示了 "不欢迎创新"，作者并未直接建议厂商去 welcome innovations。

D) 过度推断

Promote efficiency and increase food variety 把 "提高效率与品类多样" 当建议，原文 less efficiency, fewer choices for consumers 只是把 "效率降低、选择减少" 列为继续使用 absence claims 的负面后果，并未直接建议厂商去主动提升效率与品类。

SENTENCE INSIGHTS • 句子精讲

9 句真题句逐层精讲

下列真题句各有独立的句子解析页——中文翻译、结构树逐层拆解、成分与时态、考点讲解与真题高频词。点击句子进入完整解析。

Food manufacturers are responding to the report with new labels to meet that demand, and they're doing so with an eye towards giving their products an advantage over the competition, and bolstering profits.

第1段，第4句

并列句在四六级和考研阅读中高频出现，第一个主句的多重状语修饰、第二个主句的 "do so" 替代用法和复杂状语结构，都是真题常见句式。掌握后可迁移到大量类似长句。

This strategy makes intuitive sense.

第2段，第1句

"主语 + 谓语 + 宾语" 的简单句结构是英语基本句型之一，在四六级和考研阅读中常作为简单陈述句出现，具有一定代表性，但因结构过于基础，复杂句型中的应用场景更广。

But the marketing strategy in response to this consumer demand has gone beyond articulating what is in a product, to labeling what is NOT in the food.

第2段，第4句

"go beyond...to..." 结构和 "宾语从句嵌套在动名词短语中" 的句式在四六级和考研阅读中频繁出现，属于典型的长难句模式。掌握后可迁移到大量真题句的分析中，代表性强。

For example, Hunt's put a "non-GMO" label on its canned crushed tomatoes a few years ago—despite the fact that at the time there was no such thing as a GMO tomato on the market.

第3段，第1句

主句加同位语从句的组合、让步状语"despite the fact that"的用法、"there be"存在句结构，都是四六级和考研阅读中的常见句式。这种"陈述事实+用从句补充背景信息形成对比"的表达模式在议论文和说明文中频繁出现，掌握后可大量复用。

While creating labels that play on consumer fears and misconceptions about their food may give a company a temporary marketing advantage over competing products on the grocery aisle, in the long term this strategy will have just the opposite effect: by injecting fear into the discourse about our food, we run the risk of eroding consumer trust in not just a single product, but the entire food business.

第4段，第1句

覆盖动名词作主语、双宾语结构 give sb sth、关系代词在从句中作主语、介词短语作状语等多种成分类型；并列结构 not just...but... 和冒号引出并列主句也是易错点；整体成分丰富且实用性强，适合作为划分练习。

Eventually, it becomes a question in consumers' minds: Were these foods ever safe?

第5段，第1句

同位语从句是四六级和考研常考的句式结构，尤其是对 question、idea、fact、belief 等抽象名词进行内容说明的用法。本句用冒号引出同位语从句并以疑问句形式呈现，是同位语从句的典型变体。系表结构也是基础句型之一，频繁出现在各类考试阅读和写作中。整体结构具有较高的代表性和迁移价值，学生掌握后可以应用到大量类似句型的理解和仿写中。

It's clear that food manufacturers must tread carefully when it comes to using absence claims.

第7段，第1句

It is ... that 形式主语结构加主语从句，以及 when it comes to 固定搭配，都是四六级和考研阅读中的高频句式。掌握本句的拆解方法可以直接迁移到大量类似句子，实用性强。

In addition to the likely negative long-term impact on sales, this verbal trick sends a message that innovations in farming and food processing are unwelcome, eventually leading to less efficiency, fewer choices for consumers, and ultimately, more costly food products.

第7段，第2句

本句结构是四六级和考研阅读中的典型句式：主句 + 同位语从句 + 分词短语状语。同位语从句用于解释抽象名词（如 message、fact、idea）的内容，分词短语作结果状语，这两个结构在真题中频繁出现。掌握本句的分析方法，可以迁移到大量类似句子。

Take measures to lower the cost of food products.

第55题，A

祈使句在四六级和考研中偶有出现，但远不如陈述句、定语从句、状语从句等结构常见；本句结构简单，不具备复杂句式的代表性，迁移价值一般。

HIGH-FREQUENCY • 真题高频词

本篇出现的 84 个英语六级真题高频词

下列单词既在本篇真题中出现，又是 **英语六级** 历年真题的高频词（在该考试真题中出现的句子数均不少于 8）。每个词标注本篇出现次数与该考试真题句频，点击可查看该词的释义、音标、词形与真题例句。

product A2

n. 产品

本篇17次·真题 271 句

label B1

n. 标签

本篇15次·真题 52 句

consumer B1

n. 消费者

本篇14次·真题 165 句

manufacturer B2

n. 制造商

本篇8次·真题 33 句

strategy B2

n. 策略

本篇6次·真题 63 句

absence B1

n. 缺席

本篇6次·真题 42 句

claim B1

v. 声称

本篇5次·真题 111 句

demand B1

v. 坚决要求

本篇5次·真题 92 句

author A2

n. 作者

本篇4次·真题 264 句

marketing B1

n. 营销

本篇4次·真题 45 句

increasingly B2

adv. 越来越;日益;不断增加地

本篇2次·真题 78 句

despite B1

prep. 尽管

本篇2次·真题 77 句

trend B1

n. 趋势

本篇2次·真题 63 句

purchase B1

v. 购买

本篇2次·真题 55 句

innovation B2

n. 创新;革新(指行为或过程)

本篇2次·真题 53 句

harm B1

n. 伤害

本篇2次·真题 46 句

efficiency B2

n. 效率

本篇2次 · 真题 33 句

profit B1

n. 利润, 盈利

本篇2次 · 真题 33 句

eventually B1

adv. 最终

本篇2次 · 真题 32 句

lower A2

adj. 较低的;下方的

本篇2次 · 真题 26 句

bolster C1

v. 支持

本篇2次 · 真题 15 句

processing B1

n. 加工;处理

本篇2次 · 真题 14 句

erode C1

v. 侵蚀, 腐蚀 (土壤、岩石等)

本篇2次 · 真题 12 句

would A1

aux. (will 的过去式) 将要, 会

本篇1次 · 真题 568 句

less A1

det. 较少的

本篇1次 · 真题 273 句

likely A2

adj. 很可能的

本篇1次 · 真题 228 句

effect A2

n. 影响

本篇1次 · 真题 191 句

impact B2

n. 影响

本篇1次 · 真题 185 句

risk A2

n. 风险

本篇1次 · 真题 167 句

reduce B1

v. 减少, 降低 (数量、大小、程度等)

本篇1次 · 真题 138 句

negative B1

adj. 否定的

本篇1次 · 真题 132 句

stress B1

n. 压力

本篇1次 · 真题 126 句

design B1

n. 设计

本篇1次·真题 119 句

simply B1

adv. 仅仅, 只不过

本篇1次·真题 119 句

scientific B1

adj. 科学的

本篇1次·真题 103 句

support A2

v. 支持

本篇1次·真题 103 句

measure B1

v. 测量

本篇1次·真题 100 句

customer A2

n. 顾客, 客户

本篇1次·真题 87 句

evidence B1

n. 证据

本篇1次·真题 87 句

type A2

n. 类型

本篇1次·真题 84 句

promote B2

v. 促进

本篇1次·真题 82 句

attract B1

v. 吸引 (注意力、兴趣)

本篇1次·真题 67 句

variety B1

n. 多样化

本篇1次·真题 66 句

farming A2

n. 农业; 耕作

本篇1次·真题 63 句

unique B2

adj. 独特的

本篇1次·真题 54 句

respond B1

v. 回答, 答复

本篇1次·真题 52 句

response B1

n. 回答

本篇1次·真题 52 句

observe B2

v. 观察; 注意到

本篇1次·真题 48 句

growing A2

adj. 增长的

本篇1次·真题 47 句

exactly B1

adv. 精确地

本篇1次·真题 46 句

represent B1

v. 代表

本篇1次·真题 45 句

anxiety B2

n. 焦虑

本篇1次·真题 44 句

desire B2

n. 愿望

本篇1次·真题 44 句

currently B1

adv. 目前, 当前

本篇1次·真题 42 句

addition A2

n. 增加

本篇1次·真题 41 句

brand B1

n. 品牌, 商标

本篇1次·真题 37 句

compete B1

v. 竞争

本篇1次·真题 36 句

entire B1

adj. 整个的

本篇1次·真题 34 句

remove A2

v. 移开

本篇1次·真题 34 句

ultimately B2

adv. 最终;终归

本篇1次·真题 34 句

awareness B2

n. 意识

本篇1次·真题 33 句

carefully A2

adv. 仔细地

本篇1次·真题 32 句

emerge B2

v. 出现;浮现

本篇1次·真题 32 句

consume B2

v. 消耗, 耗费 (燃料、能源、时间等)

本篇1次·真题 31 句

switch A2

v. 转换

本篇1次·真题 31 句

decrease B1

v. 减少, 降低

本篇1次·真题 28 句

unnecessary B1

adj. 不必要的; 多余的

本篇1次·真题 28 句

element B1

n. 要素

本篇1次·真题 24 句

naturally B1

adv. 自然地

本篇1次·真题 22 句

accurate B2

adj. 准确的

本篇1次·真题 21 句

detrimental C1

adj. 有害的

本篇1次·真题 19 句

grocery B1

n. 食品杂货

本篇1次·真题 19 句

trick B1

n. 诡计

本篇1次·真题 18 句

nutritional B2

adj. 营养的

本篇1次·真题 17 句

producer B2

n. 生产者

本篇1次·真题 17 句

caution B2

n. 小心; 谨慎

本篇1次·真题 16 句

costly B2

adj. 昂贵的, 代价高的

本篇1次·真题 16 句

dairy B1

n. 奶制品

本篇1次·真题 15 句

discourse C1

n. 话语; 论述

本篇1次·真题 14 句

detailed B2

adj. 详细的, 细致的

本篇1次·真题 10 句

misconception

C1

n. 错误的看法

本篇1次 · 真题 10 句

transparent

B2

adj. 透明的, 清澈的

本篇1次 · 真题 10 句

verbal

B2

adj. 口头的

本篇1次 · 真题 10 句

carbohydrate

B2

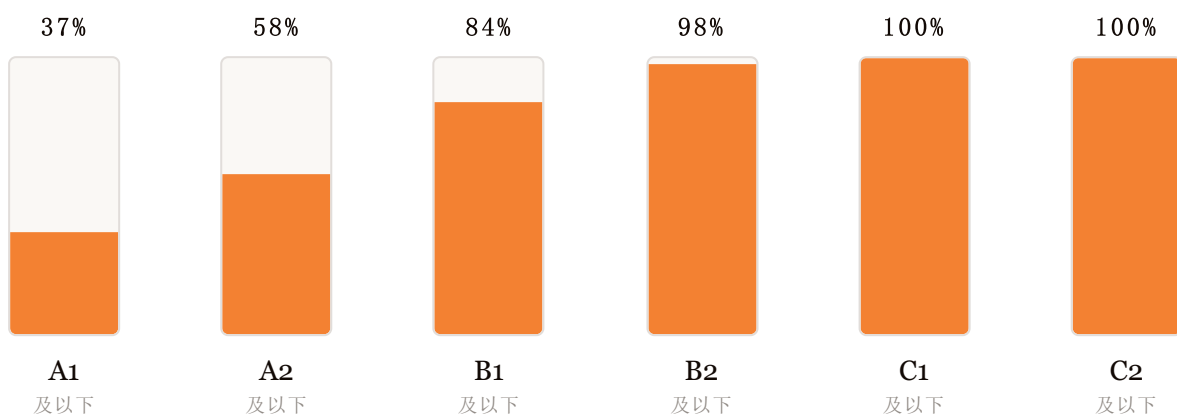
n. 碳水化合物

本篇1次 · 真题 8 句

VOCABULARY · 词汇难度分布

全文 **213** 词按 CEFR 难度累积覆盖

全文去重后共 **213** 个单词, 按欧框 CEFR 等级统计。每根柱表示「该等级及以下」的累积占比 (CDF), 最右一柱为 100%。B2 以上 (C1/C2) 为高阶词, 本篇共 5 个 · 约 2%。



每柱为「按 CEFR 等级及以下」的累积覆盖率 (CDF) · 数据为全文去重词 213 个 · 末柱为 100%

去重总词数

213

B2 以上难词

2%

B1 及以下覆盖

84%

英语六级 2021年12月·第1套 · 全卷构成

Part I	写作	题目解析 →
Part II	听力	题目解析 →
Part III Section A	完形填空（选词填空）	题目解析 →
Part III Section B	长篇阅读（信息匹配）	题目解析 →
Part III Section C (1)	阅读理解（四选一）	题目解析 →
Part III Section C (2)	阅读理解（四选一）	本题
Part IV	汉译英（段落翻译）	题目解析 →