

2009年4月25日雅思A类阅读回忆及解析雅思(IELTS)考试 PDF  
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/631/2021\\_2022\\_2009\\_E5\\_B9\\_B44\\_E6\\_9C\\_c6\\_631428.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/631/2021_2022_2009_E5_B9_B44_E6_9C_c6_631428.htm) 第一篇 竹子 题型: 段落Matching  
amp. Short Answer Questions 文章内容: 一开始说竹子是某些地方动物和人的重要食物来源，但竹子由于人口等问题而大大减少。然后说对于竹子的研究还处于基础阶段，然后是竹子对大自然的好处，竹子的商业价值，与其他脆弱的植物比较等等。第一部分有两段，先讲非洲的大猩猩gorilla的生存和竹子的关系，接着讲了population的增加削减了竹子的生存空间等等，matching里有这个，对应的是人类行为破坏竹子生存。第二部分讲的就是某中心和某中心做的调查，主要是VK这个人在讲。大意是研究还不够啊，十几年之后才意识到之类的。第三部分主要讲的是竹子的根的作用。roots known as r\*\*什么的，后面问答题有考，问根的作用，protect from soil erosion 第四部分讲的是竹子的商业价值。后面问答题有考到paper，用竹子做paper占25%。第五部分讲到有一些人认为竹子的生长对其他生物有威胁，很invasive。但是接着RT澄清，对habitat的破坏对竹子的生存有极大的威胁。第六部分貌似展望了下.....不记得了..... 段落Matching: 好像a段选了2次 Matching(人名观点): 好像b选了2次；有个答案不选 Short Answer Questions: 1. soil erosion (问竹子的根解决那个生态问题) 2. paper(竹子的哪个用途的市场迅速扩大) 定位在文章在中间部分 第二篇 TV addiction 题型: T/F/NG amp. Multiple Choice 文章内容: 先讲了人们对电视的依赖，说人们花在看电视上的时间超过了出去睡觉和工作之外的任何活动。一个75

岁的人大概有9年时间都在看电视。然后讲了一个实验，说看电视的时间越长，一旦电视节目停止，不爽的感觉越强烈。专门提到了说middle class的人会比没有他们有钱的人更觉得guilty。接着讲了一些人做的一些实验，证明了heavy TV watcher更容易分心，在排队或做白日梦时更anxious。还有一个早先的实验说看电视的人比不看电视的人更难以accomplish。另一个家庭实验显示，停止看电视一个月的家庭出现了一系列的问题。 T/F/NG: 1.TRUE(Television addict就像吸毒者一样) 2.NOT GIVEN(调查反应男性的addict比女性多) 3.FALSE(看电视比运动更让提高mood.原文说运动更能让人维持好的mood) 4.TRUE(wealthier people 更容易感到guilt) 5.FALSE Multiple Choice: 选B (问industrial people是怎么样的状况? 原文是说这种人每天要花至少三小时看电视，比其他的活动花的时间都要多，除了睡觉吃饭。) 第三篇 Bitterness 题型: 段落Matching amp. Multiple Choice 文章内容: 从grape juice切入。然后讲了一个实验，304和305：一杯是普通的葡萄汁，另一杯是加了那个什么AMF的，结果很不一样。 第三段是human和animal对苦的感知。 第四段讲有些人supertasters能尝更多的味道。 第五段讲原理，taste buds上有什么，还讲到G protein能transmit \味道。 第六段讲运用到不同的医药领域，记得有个children cough。后面不记得了..... Summary: 1. maringin 2. poisonous 3. genetic 4. supertasters 5. taste buds Multiple Choice: 1.A (G protein的作用, 感觉苦味) 2.C (AMP的作用, 可以消除一部分苦味) 相关链接：1月雅思考试网友机经 汇总月刊 百考试题特别推荐雅思新手入门指导 2009年4月雅思考试最新信息整理 各国高校认可雅思考试成绩名单及分数

要求 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)