

综应一

时间	第一题	第二题	作文题
2024 上	“黑神话”原因	“关键小事”短评	“体育与生活”作文
2024 上	“新三样”原因	“青年事迹”编者按	“科技型企业”作文
2023	“农家书屋”对策	“青年强省”通讯稿	“共富工坊”作文
2022	“宅经济”理解		“断舍离”作文
2021 下	“革命文物”简报		“澎湃国潮”作文
2021 上	“文化遗产”短评		“共富示范区”作文
2019 下	“家庭教育”启示	“夜经济”对策	“浙江精神”作文
2019 上	“懒婚不婚”原因	“交通发展”启示	“慎终如始”作文

【试题一】（2019 年浙事综应上）

根据资料 1-3, 分析我国“懒婚”“不婚”一族存在的原因。(20 分)

要求：简洁、全面、有条理。不超过 200 字。

材料 1

“眼看别人家的孩子都有娃啦，可我儿子今年都 33 岁了，至今仍是单身，把我和他妈头发都急白啦，但无论我们怎么劝说，他就是不听。”一提起儿子的婚事，老李就满面愁云。老李和妻子从不干涉儿子谈对象，但无法接受的是，儿子只谈对象却迟迟不结婚。面对父母的担忧和劝说，儿子总以“还没做好结婚的心理准备”做借口，被逼急了就直接说：“以后我的事你们不要乱掺和了。”说得老李和妻子哑口无言，倍感伤心。“男大当婚，女大当嫁”原本是人之常情，但是在现实生活中，一些 80 后 90 后的年轻人迟迟不愿谈婚论嫁步入婚姻殿堂，成为“懒婚”“不婚”一族。

2018 年 8 月，民政部发布的《2017 年社会服务发展统计公报》显示，2017 年全国各级民政部门 and 婚姻登记机构共依法办理结婚登记 1063.1 万对，比上年下降 7%，2017 年依法办理离婚手续的共有 437.4 万对，比上年增长 5.2%。民政部公布的 2018 年第一季度全国的结婚人数 301.7 万对，同比下降 5.7%。有专家分析指出，如果与 5 年前同期结婚人数的高位 428.2 万对相比，2018 年一季度已经下降了 29.54%。据某国家权威报刊统计，从 1987 年到 2017 年，离婚率由 0.55‰ 上涨至 3.2‰。

材料 2

相关数字显示，1996 年的中国人口出生率为 16.98‰，相比 1987 年的 23.33‰，已经下降了约 6 个点。如果按照 22 岁年龄看，相当于 1996 年出生的人进入到可以结婚的阶段。但是当时人口出生率在快速下降，这意味着后续几年达到结婚年龄阶段的人会迅速减少。从这一角度说，如今结婚人数下降也在情理之中。同时，随

着高等教育普及，年轻人受教育的年限增加，结婚年龄推后现象普遍。值得注意的是，代际间婚育观发生了很大改变。对于很多“80 后”“90 后”而言，晚婚现象越来越常见。

随着社会的不断发展，人们基本不用再为温饱问题而担忧，更多的是追求更好的生活。结婚的代价也随之更上一层楼，父母这代人的婚姻，父母之命，媒妁之言，几斤大米就可以娶到自己心爱的人。而现在结婚不仅要承担高额的彩礼钱，还要有房子跟车子。只有有了物质基础，未来的生活才能有保障。试想一个刚从大学毕业的学生，已经到了适婚年龄，可谁又愿意跟这样一个一无所有的人结婚呢？尤其是现在孩子教育成本居高不下，从孩子出生到上大学，一线城市如北京、上海、广州、深圳，甚至高达 200 万元以上，这还没有算上孩子的奶粉和尿不湿钱。

近些年，离婚率居高不下，高离婚率意味着越来越多的婚姻不幸福，那还结婚干嘛？很多年轻人因此对婚姻充满恐慌，总是担心

自己未来婚姻不幸福,与其在不幸福的婚姻里挣扎,还不如不结婚,可能这样更幸福。

“如果我结婚了,我的罪名那就多了去了:比如,不生孩子,不孝敬公婆,不够勤快,浪费败家。而自己一个人吃吃喝喝没有家庭的牵绊,想一个人去遍世界各地,流浪千山万水,有趣的单身胜过将就的爱情。”这是一名女网友所发的引起广泛共鸣的微博。现在的婚姻对于女性同胞来说,确实少了很多安全感,一个女人结婚后,家里就会催生,生完孩子一般情况下需要3年左右才会再回到工作岗位,而这个时候基本与社会脱节,一切从头再来!另一方面正因为婚姻给不了女性安全感,很多女性选择努力地工作。有了较强的经济能力,靠自己的能力去获得一切,久了发现自己单身一样可以过得很精彩!懒婚、不婚的人就越来越多了。

材料3

以下是几名懒婚、不婚者在接受记者采访时的发言。

A: 婚姻应该是让双方变得更好,而不是变成双方的负担。越来越多的人觉得婚姻不再是必需品了。现在,我也有同感,不结婚我也能接受。二十几的时候,我也觉得人得结婚啊!可是现在,对于婚姻思考多了,恐惧感却也多了。最怕的是家庭生活、孩子教育的责任和压力。我自己在家就是一个独生子,全部生活都是由父母照顾的,我自己还是一个小孩子,自己都没活明白,怎么教育下一代?还有,如果嫁给一个人,可能会把自己的生活水平拉低好几个层次。经济上面的压力会有,结婚以后就是两个人啦,所有事情都得从家庭的角度考虑安排。我身边的朋友结婚后都不像婚前那样随心所欲了。真的不划算!不结婚,那就自由多了,不用考虑别人。

B: 在我心中,恋爱,就是在懵懂的时候遇到一个人,产生好感,然后有连结,在彼此生命里留下一些印记,这是对另外一个生命的探索,让另一个人融入到自己的生活轨迹中,充满了青春的灿烂、生命的美好。不过,大概是受媒体和网络影响,我一直觉得婚姻是

爱情的坟墓，结婚之后，或许会更像是朋友之间处久了之后，发现彼此“也就那样”。所以我对婚恋没有特别的冲动。其实，我上大学的时候有很多关系不错的异性朋友，但从来没有谈过一场恋爱。经常有人把我和某个女生说成是一对，其实我们只是比较“铁”。不过等到工作了，就基本没时间考虑谈恋爱了。我到现在，还没遇到合适的人。生活不易，能有个人一起分担一下，彼此聊聊还是很好的。但你知道，男生在婚姻中要承担更多物质方面的责任，我还没做好准备。

C：我跟女朋友相识 7 年多，不过，我们还没有计划结婚。很多人都把婚姻看成是爱情修成的正果。但我觉得，婚姻不仅不能为爱情提供保障，还会让爱情变得物质、不再单纯，还可能加重爱情的负担。所以，我宁愿给爱情减负，也不想结婚。我不是排斥结婚，只是不太看重，懒得结婚。我不太看重一纸婚书，更重视爱情的质量和感受，我对亲密关系的期待是彼此在爱情里不断学习、分享新

东西，让爱情不断生长，保持活力。用结婚证把两个人绑起来，我只能说挺没劲的。

【参考答案】

原因：1.观念改变。代际间婚育观发生改变，追求自由精彩的人生，婚姻不再必需。2.成本高昂。承担彩礼、房、车等物质基础；孩子的教养成本，降低生活水平。3.恐惧婚姻。离婚率高，意味着婚姻不幸福；不愿承担家庭生活后和孩子教育的责任压力。4.安全感低。女性生育会导致与社会脱节。5.追求质量。受网络媒体影响，对婚姻悲观，让爱情变得物质，不再单纯，加重负担；更重视爱情的质量感受。

【试题二】（2021 年浙事综应）

结合给定材料，联系浙江实际，以“浙江高质量发展建设共同富裕示范区”为话题，自选角度，自拟题目，写一篇议论性文章。

要求：

- （1）中心论点明确，有思想高度；
- （2）结构完整，内容充实，论述深刻；
- （3）语言流畅，字数 1000—1200 字。

材料 5

党的十九届五中全会向着更远的目标谋划共同富裕，提出了“全体人民共同富裕取得更为明显的实质性进展”的目标。习近平总书记指出：“共同富裕本身就是社会主义现代化的一个重要目标。我们要始终把满足人民对美好生活的新期待作为发展的出发点和落脚点，在实现现代化过程中不断地、逐步地解决好这个问题。”

材料 6

实现共同富裕不仅是经济问题，而且是关系党的执政基础的重大政治问题。要统筹考虑需要和可能，按照经济社会发展规律循序渐进，自觉主动解决地区差距、城乡差距、收入差距等问题，不断增强人民群众获得感、幸福感、安全感。

材料 7

国家“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要提出，支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区。浙江省委和省政府明确，要坚定不移地推进高质量发展，提高劳动生产率，持续扩大全社会财富总量；在“做大蛋糕”的基础上，更重视“分好蛋糕”，建立健全“先富带后富”机制，提高收入分配质量，不断缩小城乡差距、收入差距和地区差距。

【立意参考】

发展质量高 共富图景好

谱高质量曲 奏共富乐章

化解地区差距，为浙江高质量发展创造活力。

缩小城乡差距，为浙江高质量发展夯实地基。

解决收入差距，为浙江高质量发展埋下伏笔。

建设共同富裕示范区以做大蛋糕为基础；

建设共同富裕示范区以分好蛋糕为关键；

建设共同富裕示范区以共享蛋糕为核心。

遵循发展规律是下好共同富裕示范区建设的先手棋；

扩大经济总量是下好共同富裕示范区建设的关键棋；

做好利益分配是下好共同富裕示范区建设的决胜棋。

综应二

【试题一】（2021 年浙事综应）

围绕给定资料，以“为文化传承注入青春能量”为题，写一则短评。

要求：观点鲜明，论述深刻，结构完整。字数不超过 600 字。

材料 1

可爱俏皮的女乐官们，嬉笑打闹间带领观众回到千年前的大唐，亲临夜宴；当代读书人穿越历史与先贤伏生进行时空对话，共论《尚书》……在今天的春节假期里，河南春晚节目《唐宫夜宴》、央视总台新推节目《典籍里的中国》都实实在在火了一把，带动了一股新的文化热潮。

“博物馆里的唐俑动啦！”这是很多网友看完《唐宫夜宴》后最直观的惊喜反应。不到 6 分钟的时间里，14 位唐朝少女的灵动活泼通

过舞蹈语言生动展现出来，加之再现唐代流行妆容“斜红”，以及通过让演员们口含棉球、身着海绵服来高度还原唐朝女子的丰满之美，给了观众充分的想象空间。营造出欢庆喜悦的气氛之余，导演组在舞台背景的布置上选择穿插《千里江山图》《簪花仕女图》等名画，展示妇好鸮尊、莲鹤方壶、贾湖骨笛等国宝，这些多元的文化元素让舞台效果更具张力。舞蹈演员的生动表情与灵动的肢体语言，以及舞美对于传统文化的空间性再现，在视听效果上给人以震撼性和愉悦感，也是对中华文化的诚意致敬。

《典籍里的中国》同样立足于优秀传统文化。其聚焦在典籍中的经典名篇，首集选择解读《尚书》用意深远，让这部虽然佶屈聱牙但位列“五经”之中，实为“政书之祖，史书之源”的经典古籍走进了更多人的视野。

在《唐宫夜宴》中，5G + AR 技术手段的使用，实现了舞蹈演员在当代博物馆与大唐盛宴间的自由穿梭，串联古今的同时更串联起

文化与观众之间的情感连接。高科技的加持下，这段舞蹈更有文化韵味、审美质感和艺术冲击力了。《典籍里的中国》则综合运用了环幕投屏、实时跟踪等新科技手段，辅以舞台分区的形式，实现古今读书人的跨时空相见。“沉浸式戏剧演绎方式的代入感真的很强”“当撒贝宁带着倪大红饰演的伏生来到现代时空时，我仿佛真的和先贤对话，产生思想碰撞了”……网友们说道。这种将书中文字可视化，典籍精华故事化，达到视觉、情感冲击直观化的表现形式，可以说是妙不可言。

材料 2

从最初的玄幻题材一家独大，发展到囊括科幻、都市、历史等各个类别，网络文学题材日益丰富。与此同时，网络文学还发挥着传承历史文化并推动其焕发活力的作用。“网络文学自出现之初的一个重要特点就是扎根于中华优秀传统文化的土壤，它们或从远古神话中获得灵感，或从古典文学中汲取营养，或基于悠久的中华历史展开

想象和演义。”原中国出版集团副总裁潘某说。这类网络文学作品有的被改编成影视剧，产生了更广泛的影响。比如《庆余年》小说的累积点击量 2000 多万，同名电视剧总播放量高达 160 亿次。

近年来，凭借独特的文化风貌和新颖的写作风格，“中国网文热”在世界范围内持续升温。截至 2019 年，国内向海外输出网文作品 1 万余部，覆盖 40 多个“一带一路”沿线国家和地区。从早期的玄幻类小说《盘龙》翻译输出，到现在的《诡秘之主》等作品中英文全球同步连载，短短十几年间，“网文出海”模式持续迭代。起点国际是最早的网文出海平台，其在 2018 年上线海外原创功能，已吸引来自全球的超 10 万名创作者，推出网络文学作品超 16 万部。此外，网文 IP 改编影视剧在许多国家受到热捧，带来更广泛的文化影响，比如欧美主流视频网站、东南亚地区各大电视台上都能看到《庆余年》《扶摇》等诸多网文 IP 改编剧集。

网络文学向世界呈现出一个拥有悠久历史，同时自信、现代的

中国形象，越来越多的海外用户通过网络文学作品深入了解中国的人文精神和时代风貌。

材料 3

“我把我的工作浓缩为 6 个字：合理性的自治。”参与游戏策划工作 10 年后，国游《逆水寒》的资深主管、85 后青年小文对国风游戏秉持着这样的观点，简单地说，就是去实现并检查游戏世界里出现事物的合理性，使玩家在虚拟世界的探索与现实生活中的认识、观念和思维习惯相协调。

《逆水寒》打造的是北宋的市井环境，小文和团队做了大量研究，在《宋史》《东京梦华录》《武林旧事》等古籍中检索资料，并将各种元素融入游戏里的室内陈设、衣食住行，来保证游戏情境符合北宋生活的习俗，同时唤醒和激励当代人追溯文化习俗的情感需求。“游戏中过年的时候，我们设计了‘打春牛’和‘女子相扑’等环节，这些几乎失传的民俗，玩家感到很新奇也很喜欢。”小文介绍，很多

海外玩家被国风魅力感染，逆着时差来玩这款游戏。游戏中运筹帷幄的智慧，纵横捭阖的谋略，是中华民族热衷的处理问题的方式。国产游戏中常见的“师徒关系”，在外国游戏中几乎没有。“暴力和刺激，不是我们的价值取向。”小文说。

“积淀于传统文化的设计有历史打磨的美感，也有一定的真实性，不管是美术表现还是理念呈现，都能帮助我们架构一个相对真实的虚拟世界。”手游《神雕侠侣2》游戏策划、90后青年“念北怀南”大学学的是文学，在剧情策划中注重人文思想的融入。他认为，深邃的中华文化元素的浸润，能够给予国内用户足够的熟悉感和亲近感，也会吸引国外的用户。文化的认同与碰撞，会增强用户的代入感。

“中国的文学作品强调人的成长和主观能动性。我们将这种文化氛围和特性映射到游戏的核心设计理念中。”在手游《新笑傲江湖》副主策、85后青年寒星看来，国产的国风游戏注重“成长感”，筚路蓝缕一路成长，与传统文化中注重敢为人先、艰苦奋斗的品质有关。

年轻的策划者们不满足于书本与网上资料的搜集。在设计战船时，《三国志·战略版》游戏策划、90 后青年小舸和策划团队多次前往湖北赤壁，请教当地博物馆馆长和三国历史的学者，他们志在把一艘最能复原历史的战舰呈现在游戏当中。

“《跑跑卡丁车》《奇迹》《传奇》……小时候接触到的游戏，几乎都是外国的。连取材于中国历史故事的单机游戏《三国志》，都是日本的。”小舸说，“我从小时候就有这样的梦想，我们一定要有拿得出手的国产游戏。”

起步晚，基础薄弱，但凭借 20 多年的主动学习、迎头赶超，国产游戏融合本土文化绽放异彩，让游戏市场的格局天翻地覆。“国产游戏目前已经基本形成了占领国内市场、强力辐射东南亚市场、反向输出至日韩北美市场的态势。”小文说。

据《中国传统文化在游戏领域的转化与创新》报告称，国风游戏市场已超 300 亿元，累计 2300 多款游戏作品，用户超过 3 亿人，

是中国游戏市场不可忽视的一部分。

材料 4

暖暖吹来的国风，正成为当下年轻人一种全新的生活方式。穿华服出街在青年群体中受热捧，他们追捧中国设计师设计的潮牌，将古典诗词创作进歌曲里，去茶馆品茗听相声，通过自己的方式传播着他们心中的国风。

“新新人类”聚集的 B 站一直代表着年轻文化。平台上层出不穷的古风歌曲、华服舞乐中，自得琴社自导自演的“古画系列”视频是一个神奇又清新的存在：淡黄色的背景如宣纸铺陈，画中人是身着古代服饰的乐师，或抚古琴，或吹笛箫，或击大鼓……就像一幅会动的古代画卷，悦耳的古乐在画中流淌，不时还有小动物喜感出没，圈粉无数。

“我们中国丢了太多好东西，找回原本属于我们的文化自信，慢慢传承下去，是年轻人最应该做的事情。”这个只有不到 10 个人的

团队，成员多是 80 后、90 后，对他们来说，古琴、古筝、琵琶这些传统乐器不仅是他们的爱好，也是一份值得守的事业。

央视首档台网互动国风少年创演节目《上线吧！华彩少年》中，35 位热爱国风的 95 后“华彩少年”在舞台上尽显传统魅力；在摇滚乐曲中交织“非遗”南音（福建省闽南地区的传统音乐，我国现存历史最悠久的古汉族音乐）以曲剧唱法演绎流行歌曲，把京剧行当里用于伴奏、鲜在台前示人的三弦儿带到舞台的聚光灯下，让传统文化走进年轻人的生活。在他们眼里，国风不再是过气的老古董，而是值得一代代传承下去的有温度的文化基因。

【参考答案】

为文化传承注入青春能量

国风，正成为年轻人全新的生活方式，他们正通过华服、潮牌等方式传播心中的国风。年轻人应该找回文化自信，慢慢传承、坚守下去。

文化节目，创新演绎。通过舞蹈语言生动展现，使用名画、国宝等文化元素，带动文化热潮，给予观众想象空间，营造欢庆喜悦的气氛，让典籍走进视野，让舞台效果更具张力，给人震撼性和愉悦感，也是对文化的致敬。

科技手段，串联古今。在高科技的加持和赋能下，使用 5G+AR、环幕投屏等技术手段，实现古今的自由穿梭，连接文化与观众的情感，将书中文字可视化、典籍精华故事化、视觉、情感冲击直观化。

网络文学，焕发活力。将网络文学作品改编，加大出海力度，

上线原创功能，持续迭代，发挥传承历史文化并推动其焕发活力的作用，受到许多国家热捧，产生广泛影响，呈现出自信、现代的中国形象，传播人文精神和时代风貌。

国风网游，大放异彩。国产游戏主动学习、迎头赶超，通过实地考察、古籍检索等方式开展研究，将元素融入游戏，保证游戏情境符合史实，融入人文思想，带来熟悉感和亲近感，吸引国外用户，增强代入感，唤醒激励当代人追溯文化习俗的情感需求，提升市场份额。

传统文化正在走进年轻人的生活，在他们眼里，国风不再是过气的股东，而是值得传承下去的文化基因。

【试题二】（2022 年浙事综应）

结合以上材料，联系实际，自选角度，自拟题目，写一篇议论性文章。

要求：中心明确，内容充实，论述深刻，有说服力。字数 1000 字左右。

小杨爱囤积物品，但有时觉得家里拥挤不堪，心情会莫名的烦躁，孩子出生后，家里堆满各种用不上但扔不掉的物品：缺少零部件的玩具、老人给孩子缝的被子和褥子、吃不完的奶粉……近日，因疫情居家办公的小杨决定给家里来个大扫除。从过期药、旧窗帘、坏掉的玩具、穿不了的衣服鞋袜等小杂物开始清理，小杨第一天就整理出四大箱。接着她又处理掉一些有用但用不太上的东西：八成新的衣服、没过期的食品、质量不错的包包……通过一个星期的努力，

小杨将原来嫌小的房子整理得宽敞了许多。“不需要频繁打扫也很整洁的房子住起来真是太爽了!”

新冠肺炎疫情发生以来，几年前曾风行的“断舍离”一词再度成为网络热词。所谓断舍离，就是通过整理物品了解自己，整理心中的混沌，让人生舒适的行动技术。断舍离是一种生活态度，舍弃多余的废物，减少不舒服的社交，删除无用的 APP，尽可能净化自己的生活圈子，能让人们重新审视自己与物品的关系，从关注物品转换为关注自我——我需不需要，并致力于将身边“不需要、不适合、不舒服”的东西替换为“需要、适合、舒服”的东西。随着外在环境变得清爽，人的心灵环境也得以改善，从外在到内在，彻底焕然一新。就像某位作家说：“表面看，断舍离是一种家居整理收纳术；从深层来看，是一种活在当下的人生整理观。”

做好“断舍离” 焕发新面貌

断杂念，坚定理想持之以恒才能实现人生价值

舍物质，奉献自我不慕名利才能实现人生价值

离幻想，脚踏实地科学应对才能实现人生价值

断绝“贪多求快”的发展观，实现经济社会的高质发展。

舍弃“庸懒散拖”的工作观，重塑务实高效的治理能力。

远离“唯效率论”的政绩观，聚焦以人为本的民生关怀。

断守旧，唯有自主创新才能实现发展

离繁琐，推进简政放权才能实现发展

舍污染，坚守生态理念才能实现发展

综应三

【试题一】

以上材料反映了我国数字农家书屋建设的进展和现状，也分析了数字农家书屋建设中存在的主要问题。请针对这些问题，提出对策建议。（20 分）

要求：条理清晰，对策建议合理、可行，针对性强。不超过 300 字。

材料 1

经过将近 20 年的建设推广，当前，我国农家书屋已经覆盖全国具有基本条件的行政村。数字农家书屋是农家书屋的提档升级，2019 年 2 月，中宣部等十部门印发了《农家书屋深化改革创新提升服务效能实施方案》，明确提出“开展农家书屋数字化建设”“网上网下协同推进”等要求。据调研组统计，截至 2022 年 12 月底，全国数字

农家书屋达 36.1 万个，占全国农家书屋总量的 3/5，比 2019 年的 12.5 万个增长了近两倍。部分县区已实现数字农家书屋全覆盖。

数字农家书屋硬件建设主要有三种模式：基于卫星、有线电视网络技术的数字电视书屋模式；基于互联网技术的电脑书屋模式；基于移动互联技术的手机移动书屋模式。2019 年以前，各地数字农家书屋建设主要以数字电视书屋和电脑书屋模式为主，阅读终端设备有电视、平板电脑和笔记本、台式电脑等，每个农家书屋配有 5-8 个终端。2020 年以来，移动宽带覆盖农村地区，在相关部门推动下，多家数字企业开发出农家书屋电子阅读屏、掌上书屋 App、H5 在线阅读、微信公众号、微信小程序等多种形态。

数字基础设施建设与村民数字素养同步提升。数字农家书屋基础设施建设着重从改善阅读环境入手。例如，浙江省温州市完善利用率低的问题书屋，规范阅读环境差的闲置书屋。其中，“农家书屋 + 数字化”模式为每个精品书屋配备 4 台以上电脑，首创推出浙江省

“农家云书屋”，推进有声图书馆建设，同时每个农家书屋配备耳机、阅读森林、朗读亭等有声设备，使老人、小孩及盲人群体都能感受到阅读的魅力。

当前，数字农家书屋还处于转型发展阶段，还存在很多问题。

当前数字农家书屋的乡村文化主题资源不足，多集中于乡村技艺、生产种养殖等社会经济类内容，而诸如乡村节日、非遗、乡村习俗、乡村戏曲等文化类内容相对较少。在数字农家书屋里，找不到自己乡村的乡志、村志，对至今仍保留的珍贵乡土风物，历史遗存也较为漠视，对物质与非物质历史文化遗产保护欠缺关注，乡愁意识薄弱，更谈不上还用数字化手段对乡村传统文化进行认同、传承、保存发展，数字农家书屋文献信息服务与村史馆乡情民忆传承的融合发展严重滞后。乡村优秀传统文化在强化认同、教化育人及淳化民风方面的作用难以发挥。

数字农家书屋的公共文化服务大多由本地农民自愿或有偿管理，

书屋管理者的工作权限有物品整理，对接服务，打扫卫生，普遍缺乏书籍管理，图书归档，文化推介的认知与能力。更谈不上根据地方发展的文化特色设置个性化阅读资源。与此同时，随着农村“空心化”日益严重，大量村民常年外出发展，常住村民相对较少，读者人群以老年人、儿童和妇女为主，且初中、小学文化程度占较高比例，在媒介传播速度不断加快的背景下，他们接受文化的方式也受到了巨大的冲击，浅阅读、碎片化更容易被接纳，很多村民沉迷于大众快餐式的新媒体方式和内容；经常在书屋中用阅读设备刷短视频，沉迷于收看直播带货，真正投入阅读的时间并不多。

各地建设数字农家书屋的过程中，较少前置性地倾听村民需求，未能根据村民意见及时调整建设方案，数字资源与村民需求符合度较低。究其原因，一方面，数字农家书屋平台并未设立有效的反馈机制，现有 App 往往只有单向的意见反馈通道，且难以得到有效回应；同时，线下反馈渠道不足，缺少专人采集建议，也缺乏入户走

访意识。另一方面，数字农家书屋协作生产供给制造尚未完善，不同生产供给之间业务流程关系复杂紊乱，导致内部沟通与协调不畅，无法及时将村民需求反馈到内容与服务的改进中去。由于社会力量引入不足，仅凭政府部门单打独斗，难以运用技术工具精准分析村民的需求和意见。面对不接地气的阅读资源，很多村民呈现出无力理解、无法获取、难以吸收的状态。

目前绝大多数数字农家书屋的在线平台缺乏互动渠道，村民无法就自己所阅读的图书、音频进行评论、分享、点赞等操作，难以满足自我展示与人际交往的需求。这会降低村民的参与积极性，影响其对数字农家书屋平台的满意度。虽然有少数数字农家书屋平台提供了分享功能，但受众在社交媒体平台上分享，传播范围受到其现实社交圈子的限制。还有一些数字农家书屋平台开通了受众反馈渠道，但也仅限于采集和反馈受众在阅读过程中遇到的困难和问题，村民之间很难互动交流，更谈不上建立以数字书屋为纽带的人际沟

通了。

【答案参考】

关于数字农家书屋面临的发展转型难题，提出以下建议：1.丰富文化供给。深入挖掘本土优秀传统文化，重视文化供给，编制村、乡志，传承保护当地历史文化遗产；运用数字化手段，加强数字农屋与村史馆的融合发展。2.开展专业培训。为书屋管理者提供专业培训，提升其图书管理能力，并能够设置个性化阅读资源。3.创新阅读方式。根据读书群体的年龄、受教育程度特点，利用新媒体打造趣味阅读模式，让阅读资源更接地气。4.完善反馈机制。拓宽线下反馈渠道，设置专人入户走访采集建议，及时调整方案；完善生产供给，畅通内部沟通；引入社会力量，借助技术工具分析村民意见。5.设置互动渠道。开发线上互动功能，提高群众阅读积极性。

【试题二】

结合给定材料以“文化自信、澎湃‘国潮’”为主题，自选角度，自拟题目，撰写一篇议论性文章。

要求：（1）主旨明确，结构完整，思路清晰；（2）内容充实，论述深刻，语言流畅；（3）字数 1000—1200。

材料 6

从各大博物馆走红的文创单品到《如果国宝会说话》等文娱节目，从街头行走的“汉服小姐姐”到拥趸众多的“国风歌曲”，借助人工智能、无人驾驶等尖端前沿技术的推动和网络平台的助力，“国潮”在今天的社会生活中处处勃发生机。百度和人民网研究院联合发布的《百度 2021“国潮”骄傲搜索大数据》显示：“国潮”在过去十年中关注度上涨 528%，近五年，中国品牌搜索热度占品牌总热度比例从 45%

提升至 75%。

如今的“国潮”在“跨界”“破圈”中呈现多样态表现形式。

文物古迹、诗词歌赋、琴棋书画乃至生活方式等文化元素的创意应用，日益成为各行业创新的设计元素和灵感来源。“国际网红”李子柒还原田园生活，打造出中国美食的超级 IP，令中国传统生活美学“香飘海外”；《上新了·故宫》《国家宝藏》等文娱节目、《哪吒之魔童降世》《姜子牙》等国产动漫不断挖掘传统风文化并创新传承，频频引领文化新风潮。

在前不久结束的东京奥运会上，多国运动员身上的安踏、匹克、特步等“中国元素”，定格成一帧帧国产运动品牌“出海”的生动画面。“近些年咱们自己的体育用品越来越好用，尤其是跑鞋很注重质量研发，不仅好穿，颜值也高。”长期热衷于马拉松比赛的宋先生表示，如今国产跑鞋中的各类“黑科技”让他“爱不释脚”。

各种品牌或 IP 通过“破圈”组合，以联名营销或深度合作等方式

进行品牌优化、产品创新或业务拓展。潮玩品牌“19 八 3”携手中国航天宇焕推出《银河旅客》，以中国航天精神和科技文化元素赋能潮玩产品，用“萌萌哒”设计形象传递航天文化价值……

材料 7

近年来，中国经济快速发展，结构不断优化，消费升级带动产业升级，为中国自主品牌汇聚了葳蕤蓬勃的发展动力。在新冠肺炎疫情暴发和全球经济面临衰退的情况下，中国经济恢复一枝独秀，充分展现出大国实力，人们的民族自豪感空前提升，为“国潮”势如破竹奠定了坚实基础。当今的中国消费市场，越来越多的国货品牌开始替代日韩、欧美品牌，成为市场主力。文化内容生产也让传统文化焕发生机，国漫电影《哪吒之魔童降世》创造了世界动漫电影的票房纪录，在民族文化元素运用方面，可与世界高标准动漫作品媲美。中国品牌的强势崛起，体现了国家实力壮大后民族自信的巨大提升。

2017 年, 国家设立“中国品牌日”, 鼓励国货品牌讲好中国故事, 重塑国人对中国品牌的信心。2020 年, 在应对外部挑战的同时, 我国致力于构建“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”, 进一步发挥国内超大规模的市场优势和内需潜力。国产品牌也在“打铁还需自身硬”的品质坚守中, 逐渐撕掉以往价低质劣的标签, 借力文化势能和消费升级, 不断提升创新能力和品质能级, 开始越来越多地登上世界舞台。

材料 8

“国潮”热风中, “生拼硬凑”“用力过猛”的现象不在少数。为了快速响应市场变化, 很多品牌把“国风”设计理解为对中国文化元素的简单复刻, 一味堆积、拼贴传统文化元素, 缺乏对传统文化意蕴和价值的深刻理解, 忽视了对传统文化的当代价值阐发与重构, 导致形成“中国传统文化等于传统图案”的刻板印象, 缺乏与前卫时尚的“潮”式呼应, 也淡化甚至歪曲了传统文化的本来寓意。

“逛到有的展位时，一眼看过去，还以为是熟悉的另一个品牌；转一圈下来，才发现好几个主打‘国风’路线的都似曾相识。”在中国美妆博览会上，一位业内人士忍不住吐槽“国潮”的雷同现象。某“宫廷风”茶饮品牌凭借精准定位和国风包装，一经上市即获得市场广泛认可，但紧随其后的是一大批名字雷同、包装类似的跟风模仿，造成视觉和精神的审美疲劳，加速了“国潮”的泛化。国货变“潮”不是跟风追热和“天下大同”，而是品牌将自身独特的产品价值、文化表达、美学观念寄托于商品，通过各种创意创新手段，向消费者传递“美”的认知和对中国文化的体悟。

材料 9

2017 年至 2019 年，全聚德的营业收入不断下降。全聚德集团负责人周某向记者分享了两组数据：全聚德的主力消费者年龄段比主要竞争对手大 8 至 10 岁；运营团队的年龄也普遍比对手大 10 岁左右。“全聚德不能被一个‘老’字困住了！中华老字号具备文化积淀、

产品和服务传统技艺的天然优势，在如今‘国潮’新势力带动下，老字号企业也迎来品牌新生的发展机遇，有望重获年轻人追捧。”周某说。

推出全新“萌宝鸭”IP 形象、打造北京餐饮老字号首家光影主题餐厅、用短视频方式通过众多平台推介全聚德二十四节气菜品……通过多路径精心布局，全聚德也“潮”了起来。不过，周某认为，对老字号而言，赶上“国潮”不仅是改变一款产品外包装，或是简单地搭上传统文化元素营销，而是企业对产品历史与品牌文化价值的传递。未来，全聚德将重点打造产品+服务+场景新格局，聚焦老字号精品门店升级，拥抱新零售、新媒体，推进数字化转型，提升运营效率，以文化赋能品牌可持续发展。

大街小巷吹起“国潮”风，越来越多年轻人向传统文化投以好奇又炙热的目光。然而，他们的关注点绝不在于陈旧古老的图案或物件，而是经过时代审美改良创新之后的“中国元素”。这也是某运动品牌电商总经理沈某眼中的国货制胜法宝。

“国外品牌对中国消费者的理解、投入与关注度均不及本土品牌。我们的竞争力在哪里？就是找出自身独特之处，基于中国文化打造出来的‘潮’。”沈某向记者表示，该品牌所用色卡均为基于国人审美、源于传统文化的“中国风色卡”；他们针对国人脚型普遍偏宽、偏扁等特点，坚持根据亚洲人体型设计产品，让消费者穿着更舒适。

“去年以来，我们的年轻消费群体占比明显加大，他们并不盲目追求大牌，而是真的热爱中华文化。在研发投入上，我们还得不断加强对中华文化、传统审美的深入理解与融合。”沈某告诉记者，他们将持续专注年轻化的潮流时尚，加强与年轻人联系紧密的赛事、活动及组织合作，并对中国文化研究与元素设计进行深度挖掘，努力与全社会一起做大做强中国品牌文化，讲好自身品牌独有的“国潮”故事。

【范文参考】

国潮发展正当时 文化自信谱新篇

文化兴国运兴，文化强民族强。近年来，“国潮”强势崛起，各种品牌和 IP 通过文化元素的创意应用快速“出圈”，“国潮”品牌频频亮相国际舞台，助推中国经济发展。当前“国潮”所代表的意义，不再限于本土潮流品牌的打造，更是中国文化自信所引领的全方位潮流涌现，是民族文化和大国品牌的全面创新。要继续根植中华优秀传统文化的优秀基因，借“国潮”之势增速提档，彰显大国文化自信。

以传统为国潮之基，厚植沃土，筑牢自信。习近平总书记指出，文化自信是更基础、更广泛、更深厚的自信，是更基本、更深沉、更持久的力量。“国潮”的迅速兴起与发展离不开民族自信和文化自信，应该在汲取优秀传统文化的基础上反哺文化，系紧彼此共生共荣的纽带。要继续助力国潮的发展，鼓励国潮融入优秀传统文化元

素，积极推进文化“跨界”“破圈”。“国际网红”李子柒通过拍摄还原中国传统田园生活的短视频，打造出中国美食的超级 IP，令中国传统生活美学“香飘海外”，彰显出文化自信。只有打破文化内容创造边界，不断深挖文化意蕴和价值内涵，才能展现丰富多彩、内涵深刻的中华文化，更加彰显文化自信。

以传播为国潮之根，多方延伸，深入人心。我国致力于构建“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”，就要积极参与对外交流传播，打通与国际循环的格局。国潮的发展，让我们看到中国品牌也能够登上世界舞台。国漫电影《哪吒之魔童降世》创造了世界动漫电影的票房纪录；隆庆祥 2022“迁徙”流行趋势暨定制新品发布会的举办，吸引 300 多家外国媒体同时争相报道此次发布会，并且覆盖全球人数约 2110 万人次。中国品牌已经凭借个性的文化特色，跻身世界舞台。要凭借国潮品牌的个性文化，面向国际社会传播独特的中华文化，讲述中国故事，打造中国国潮金名

片。积极融入对外交流当中，参与国际竞争，才是中国国潮品牌乘风破浪的应有之义。

以创新为国潮之本，抢抓机遇，融合时代。创新永远是国潮竞争的核心，千篇一律的国潮只会让人们审美疲劳，不能长红。要发挥人才优势，培养具有创新能力的设计师和团队，为国货品牌持续创新提供不竭动力。还要善于挖掘消费者深层次的消费需求，进行适时适配的产品创新，推出更多讲究技术和文化内涵的“国潮”产品。广州工控双一公司不断融合传统文化元素和年轻群体消费需求，从包装设计、营销方式等方面，为旗下品牌注入个性化国潮“基因”，有力拓宽市场渠道，增加销售收入。要鼓励国货新品牌设立高起点定位，打造既有“外在”又“物有所值”的产品。只有源源不断创新，才是国潮从“爆红”走向“长红”的必要条件。

国潮正当时，从经典国货品牌的更新升级到“中国设计”引领潮流，当前“国潮”的内涵，早已超脱了本土潮流品牌对消费者审美的追

赶。要弘扬文化自信，就要借助国潮这个载体，挖掘优秀传统文化，积极对外传播，不断与时俱进创新发展。借力国潮之帆，文化自信必能远航，到达中华民族文化崛起的彼岸。

综应四

【试题一】（2024 年浙事综应上）

根据材料，分析我国“新三样”走俏全球市场的原因。（20 分）

要求：全面准确，条理清晰，字数不超过 300 字。

材料 1

回望刚刚过去的 2023 年，中国经济顶住压力，展现较强韧性。坚持高质量发展，中国制造凭借新技术、新产品脱颖而出，新能源汽车、锂电池、光伏产品等“新三样”扬帆出海，叫响全球。据海关统计，“新三样”产品出口合计 1.06 万亿元。首次突破万亿大关，同比增长 29.9%。

作为我国近年来快速发展的工业产品，“新三样”持续跑出“加速度”：自 2017 年宁德时代问鼎全球动力电池年度出货量冠军后，我国动力电池出货量开始领跑全球；光伏组件产量已连续 16 年位居全

球首位，多晶硅、硅片、电池片、组件等产量产能的全球占比均达80%以上；新能源汽车产销量连续8年位居全球第一，全球市场份额超过六成，出口量正以遥遥领先的态势上升，2023年120万辆，同比增长超过77%。与服装、家具、家电等“老三样”不同，“新三样”在新技术新一轮快速起量的第一时间，便形成强大的市场竞争力。

材料2

14亿多人口，4亿多中等收入群体，全球第二大消费市场，第一大网络零售市场，我国是世界上最具有潜力的超大规模市场。它像一个“加速器”，能以更快速度形成规模经济效应。

“在新产业发展的起始阶段，企业往往需要投入设备等重资产。有了规模经济，企业就能更好地摊薄成本尤其是前期投入较大的固定成本和创新成本，从而形成竞争优势。”SD 研究院电子所数字经济室马主任认为。

以光伏产品的发展为例，光伏发电要替代传统发电，最关键的

竞争点就是降本增效。近年来，随着技术逐步成熟、应用规模扩大，相比 10 年前，光伏组件价格和光伏电站投资成本下降超过 80%。

改革开放以来，我国巨大的人口红利，助推“老三样”等产业快速发展；如今，人口数量红利趋于下降，但人力资本质量的红利正在显现，新增劳动力平均受教育年限上升到 14 年，接受高等教育人口达 2.4 亿，研发人才数量全球第一，技能人才总量超过 2 亿人，很好满足了“新三样”“老三样”对劳动者技能的要求。

材料 3

“在长三角落户的企业家是很幸福。”今年第五届长三角一体化发展高层论坛上，比亚迪股份有限公司董事长兼总裁王传福这样分享自己的切身感受，引发许多共鸣。长三角地区新能源汽车产业链集群优势明显，聚集了大批高校、科研院所和高科技企业，有着让人羡慕的市场体量和消费力，吸引了不少企业前来落户。如中铝集团联合上海交大、浙大、吉利、中国科学院宁波材料所等开展科

技攻关，解决了铝应用关键技术难题。“浙江中铝”作为中铝集团汽车轻量化产业平台，可提供绿色铝材从研发到量产供货的最佳性价比整体解决方案，而长三角作为国内最大的新能源汽车产业集聚地，具有完备的上下游产业链，为公司的创新产品提供了一个需求旺盛的大市场。

新能源汽车全产业链集群发展、协同创新带来低成本和高效率；上海，提供芯片、软件；江苏常州，提供动力电池；浙江宁波，提供车身一体化压铸机……在长三角地区，从原材料、零部件到整车、后市场，新能源汽车上下游企业比邻而居、携手并进。一家整车厂，可在 4 小时车程内配齐所有零部件。

拥有联合国产业分类中全部工业门类，制造业规模连续 13 年居世界首位、增加值占全球比重近 30%，220 多种工业产品产量居世界首位……我国实体经济底盘坚实、体系完备，助力中国制造“由大到强”。龙头企业牵引带动，中小企业各展其长，产业链上下游合力攻

坚，助力“新三样”在我国实现多点突破、群体跃升。

如光伏产业。以前是原料、设备、市场“三头在外”，现在已逐步形成从工业硅、高纯硅材料、硅锭、电池片、光伏生产设备到系统集成、光伏产品应用等环节全覆盖的完整产业链。

又如动力电池行业。2012 年，我国动力电池行业的本土供应链企业只有 80 家左右，发展到现在，已有 2000 多家。目前，全球动力电池行业 80%以上的核心供应体系在中国。

材料 4

在重庆长安科技智能驾驶实验楼里，3 台智能驾驶试验车正在回传测试数据。测试中遇到的虚报障碍物、误制动、漏制动等问题，都会由自主研发的 SDA 电子电气架构云平台自动抓取，并在云平台的数据处理系统里自动进行场景特征提取与分析，通过仿真模拟，提出解决方案。这大大提升了智能驾驶软件的迭代速度，软件版本每周更新一次，两个月完成一次大迭代。长安汽车围绕“软件定义汽

车”开发全新中央集成式电子电气架构，是我国新能源汽车产业技术快速突破的一个缩影。

在智能驾驶领域，国产车规级激光雷达从无到有、从弱到强。上海 HS 科技车载激光雷达累计交付量突破 30 万台，2023 年 12 月单月交付量突破 5 万台。深圳速腾聚创正与全球 21 家整车厂定点合作，定点车型达 61 款，2023 年 1 至 10 月车载激光雷达累计销量 12.2 万台。

国产车规级芯片、智能辅助驾驶应用、800 伏超充、多合一智能电驱、串并联一体式智能插混系统、CIB 电池车身一体化技术、“人车家”生态智能座舱……产品、技术加速迭代，让中国新能源汽车从标准技术的接受者逐步变成了制定者。

材料 5

近年来，为支持新能源汽车发展，各部门先后推出 70 余项政策措施，完善配套、夯实基础、促进消费、优化生态。系统、科学、

精准的产业政策，适应了不同阶段的产业发展，让新能源汽车在我国从无到有、从小到大、从弱到强。

在供给侧，先后出台两个中长期发展规划，有序放开新能源汽车准入门槛，取消新能源汽车外资股比限制，实施并两度优化新能源汽车“双积分”管理办法，促进汽车企业电动化转型；在需求侧，从“十城千辆”示范运行，到实施新能源汽车两级财政补贴政策，再到补贴推出后延续新能源免征购置税等相关政策，启动新能源汽车下乡，不断拓宽市场空间；在配套设施领域，先后出台实施意见，推动建立适度超前、布局均衡、智能高效的充换电基础设施体系和动力电池回收利用体系。

【参考答案】

原因：1.市场规模潜力大。我国超大规模市场易形成规模效应，摊薄企业成本。2.人力资本红利高。劳动力受教育程度高，研发人才和技能人才数量大。3.产业链集群优势大。全产业链集群发展、协同创新，形成较大市场体量和消费力，带来低成本和高效率；高校、科研院所和高新技术企业聚集，推动关键技术攻关。4.工业体系坚实完备。我国实体经济底盘坚实、体系完备，龙头企业牵引带动，中小企业各展其长，产业链上下游合力攻坚。5.产品技术迭代快。由云平台抓取分析问题，提出解决方案，提升产品技术迭代速度。6.政策系统科学精准。在供给侧放开产业准入门槛，优化管理办法；在需求侧，实施财政补贴、免征购置税等政策；建立基础设施体系，完善配套设施。(299 字)

【试题二】（2024 年浙事综应上）

问题：根据材料主旨，围绕“科技型企业”话题，自选角度，自拟题目，写一篇议论文。（50 分）

要求：1.主旨明确，结构完整，思路清晰；2.内容充实，论述深刻，语言流畅；3.不拘泥于给定材料；4.字数 1000 ~ 1200 字。

材料 1

最近，一款不是大厂出品的大模型火了，火到宕机，这在互联网行业中，可以说是最客观的“至高荣誉”，这就是最近在各大社交网络都广为传颂的 Kimi。Kimi 智能助手在去年 10 月首次亮相时，支持 20 万汉字的无损上下文长度；5 个月后，3 月 18 日，Kimi 智能助手启动 200 万字超长无损上下文内测。在长上下文窗口技术上取得突破后，Kimi 智能助手引发了新一轮人工智能热潮，也让其母公司最新估值达到 180 亿人民币。

Kimi 由成立仅一年的人工智能初创公司月之暗面研发，创始人

是 32 岁的青年科学家杨植麟。以科学家为创始人或创始团队成员的“硬科技”创业，正成为一种“时尚潮流”，推动相关产业突破性发展。而科学家、高端科研人才，正是这波硬科技创业潮中当之无愧的主角。如今国内各家硬科技公司里，都有科学家担任首席专家，还有不少是首席执行官和首席专家一肩挑。

“学以致用，让科技真正变成一种实际的产品和生产力。”某天使投资人认为，“科学家创业者，更多是从底层技术创新驱动，做别人做不了、原来技术突破不了、大家都不敢做的事情。很多事都是 0 到 1 的伟大变革和创新，一旦成功，别人很难模仿和抄袭，极具稀缺性。”

过往，科学家、高端科研人才深度融入产业发展的例子也并不鲜见。“杂交水稻之父”袁隆平，不光是科学家，更是科技企业家，从科研上突破，再在工程上实现批量生产，推动了中国种业科技自立自强。华大基因创始人之一汪建，半生献身科研，半生投身产业，

不仅奠定了中国基因组科学在国际上的领先地位，也推动了中国生物经济产业的战略发展。曾获中国计算机学会王选奖的大疆无人机创始人汪滔，带领大疆在全球消费级无人机市场中占据了 70%以上的份额，成为该领域名副其实的“领跑者”。

如今，工业 4.0 时代的帷幕已经拉开，这个时代的技术迭代周期，常常短到以月计，甚至以周计，日新月异的硬科技在产业发展中的引领和驱动作用愈发突出。科研与企业联结一体、科技与产业深度融合，这在过去已被证明是成功的路径，更是现在和未来的发展方向，

材料 2

2023 年 9 月，习近平总书记在黑龙江考察时指出：“整合科技创新资源，引领发展战略性新兴产业和未来产业，加快形成新质生产力。”

相对传统生产力，新质生产力呈现出颠覆性创新驱动、产业链

条新、发展质量高等特征，这就对人才提出了更高的要求。党的二十大报告明确，要“强化企业科技创新的主体地位”。企业家作为决策主体在企业创新发展中有着关键性作用，是创新发展的探索者、组织者、引领者。发展新质生产力的核心要素是科技创新，需要一大批具有较高科学素养、具备一流前沿技术背景的高素质企业家。于是，一个新名词“科技型企业”，应运而生。

龙年春节后首个工作日，浙江省委召开全省“新春第一会”，强调全面加强“三支队伍”建设，提出全力打造高水平创新型人才和企业队伍，谋划高质量发展的“未来式”。会议强调，要围绕“以科技创新塑造发展新优势”抓落实，一体推进教育科技人才工作，促进创新链产业链资金链人才链深度融合，千方百计激发各类人才创新创业创造活力，为浙江经济社会高质量发展塑造新动能新优势。

【参考答案】

“科技型企业家” 释放科技创新新活力

“造就规模宏大的青年科技人才队伍”“强化企业科技创新的主体地位”“以科技创新塑造发展新优势”。习总书记的观点，正强调着人才和科技创新的重要性。当前“新质生产力”中“科技创新”这一核心要素，正要求着一大批具有较高科学素养、具备一流前沿技术背景的高素质企业家，作为决策主体，不断探索、组织、引领着科技企业的创新发展。“科技型企业家”应运而生，在经济社会高质量发展中不断释放科技创新的活力，塑造科技发展的新动能新优势。

“科技型企业家”整合资源创业研发，组织“创新发展”的核心驱动力。“人才是科技创新的核心驱动力。”当前，硬科技创业潮兴起，科学家创业时代来临，其中的主角，正是一批批的科学家、高端科研人才，他们正推动着一个个科技企业萌发、壮大。正如研发出在专业技术上取得突破的“Kimi 智能助手”的月之暗面，正是由 32 岁的青

年科学家杨植麟创始的人工智能初创公司。在国内各家硬科技公司里，也都有不少科学家担任首席专家或首席执行官。可见，一旦集聚起“科技型企业”的创业资源，科技企业这一科技创新的主体便会如雨后春笋般涌现。

“科技型企业”学以致用变革创新，探索“创新发展”的稀缺生产力。习总书记强调，“推动科技成果加快转化为现实生产力。”以前，有高校获得上亿科研项目经费后，开展多个科研项目，最终却一个项目都没有实现成果转化，存在科技成果转化不足。而今，许多科学家创业者学以致用，让科技真正变成一种实际的产品和生产力，“把论文写在大地上”不时迭现。对“科技型企业”来说，从底层技术创新驱动，做独特技术、独有创意的事情，实现从 0 到 1 的伟大变革和创新，便会推动相关企业创造出更多的“科技创新”价值。

“科技型企业”融合发展科技产业，引领“创新发展”的战略推动力。科学家、高端科研人才将科技深度融入产业发展，就能够引领

相关产业领域实现突破性发展。不管是以往从在科研上突破到工程上实现批量生产，推动了中国种业科技自立自强的“杂交水稻之父”袁隆平，还是既献身科研又投身产业，推动中国生物经济产业战略发展的华大基因创始人之一汪建，亦或是将药物研发进行产业化，引领了中国自主创新药物的发展潮流的贝达药业董事长丁列明……他们无不是深度融合了科技技术与产业，推动其不断向前发展。“科技型企业”让科研与产业齐驱并进，“科技创新”方能源源不绝。

在工业 4.0 时代，硬科技在产业发展中越来越重要。科研与企业联结一体、科技与产业深度融合，也成为了未来的发展方向。对此，政府要全面加强人才队伍建设，以科技创新塑造发展新优势，使创新创业创造生态更加繁荣，让“科技型企业”更好地创业、创新、融入科技产业的创新发展，更好地组织、探索、引领着科研企业创新发展，如此，经济社会就定能够源源不断地迸发出新的活力与魅力。(共 1147 字，计空格 1200 字)