

材料一：

2019年8月27日，美国最大的仓储零售超市Costco（开市客）中国大陆的首家门店在上海开业引发热议，消费者排队数小时才得以入店，甚至引发了商场周边严重的交通堵塞。而此前不久的6月7日，德国连锁超市ALDI（奥乐齐）亚洲首批2家门店在上海开业，也吸引消费者排起了长队。除了都选择在上海首开门店，这两个国际零售巨头还有一个共同之处——线下消费的火爆都基于线上的积累。事实上，早在2014年，“开市客”就已在天猫国际开启了海外旗舰店，而“奥乐齐”的天猫国际海外旗舰店则是2017年上线的。

据阿里巴巴平台在2019年9月披露的数据显示，过去半年，超过1500个海外品牌通过天猫首次进入中国市场。而过去5年，天猫国际共引进80个国家和地区超23000个海外品牌进入中国市场，其中8成以上是首次来华经营——这意味着，这5年中平均每天就有10个海外品牌通过天猫国际首次进入中国市场。

不独国际品牌从线上走到线下开“首店”，不少本土企业也纷纷迎来了自己的“首店之春”。在跨界推出的润唇膏、香氛系列产品大受欢迎之后，国民奶糖大白兔近日在上海新开设了一家“快闪店”，联手巧克力品牌歌蒂梵主推冰淇淋产品，一时间成为社交媒体上的“新网红”。“大白兔”方面表示，下一步还将把“快闪店”模式向杭州、北京、成都、西安等城市复制推广。而自杭州起步的新零售企业“盒马鲜生”今年7月在昆明开出了云南首店，除了进口海鲜、新鲜蔬果等主打商品，还积极向本地口味靠拢，开发出干巴菌韭菜花蒸、剁椒蒸等海鲜烹饪方式，把海鲜原料和滇味结合起来，“烹制”出丰富的味觉感受。

无论是国际品牌的下沉，还是本土品牌的崛起，都显示了“首店经济”正在成为中国消费市场的新亮点。所谓“首店经济”，是指一个区域利用特有的资源优势，吸引国内外品牌在区域首次开设门店，如全球首店、亚洲首店、中国首店、区域首店等；或者是，已入驻的品牌采取先进经营模式创新发展形成的新店，如新物种店、概念店、体验店等。一方面，知名品牌“首店”凭借区域唯一、跨界融合的优势，创造出新颖的商业模式，引领新潮的消费趋势，吸引了大量消费者；另一方面，中国超大规模的市场拥有无限成长潜力，不断优化的营商环境创造着前所未有的机遇，也为“首店经济”发展提供充足的空间。

材料二：

有媒体分析认为，“首店经济”的蓬勃发展折射出中国新时代消费市场的一些新潮流、新密码，归纳起来至少有以下几点：

——创新商业模式，能打开发展新空间。中国的消费者并不缺乏购买力，只要能提供更更具性价比的商品、更优质的服务、更独特的体验，消费者就会乐意为之买单。

——中国市场魅力不减，国内外零售业看好中国。城市在筛选品牌，“首店”也在挑选城市。一个品牌选择在哪儿落地，反映着一个城市消费市场的敏锐度和成熟度，折射出营商环境的舒适度和开放度。

——市场下沉与多点开花为消费增长提供新动能。首店并不是一线城市和沿海地区的专利，中国内需市场大，可以多点开花、梯次跟进，为消费增长提供源源不断的动能。

材料三：

习近平总书记指出：“历史和现实都表明，一个抛弃了或者背叛了自己历史文化的民族，不仅不可能发展起来，而且很可能上演一幕幕历史悲剧。”“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。”文化事关国运兴衰、事关国家安全、事关民族精神的独立。一个国家、一个民族只有对自身文化理想、文化价值充满信心，对自身文化生命力、创造力充满信心，才会有坚守的定力、奋发的勇气、创新的活力。

材料四：

城市是文化的容器，是洋溢着生命力的有机体。城市的生命活力往往来自于独特文化的传承。我们一说到“水巷小桥多”，往往会想到江南的小镇；一提及“江南佳丽地，金陵帝王州”，就会想到石头城南京；而“万里山峦舞巨龙”，让世人领略到北京的沉雄大气。每座城市都有其独特之处，但这种独特性不是凭空出现的，正是历史的积淀、文化的传承，构成了这座城市独特的气质和品格。可以说，文化既是一座城市的独特印记，更是一座城市的根与魂。享誉全球的“浪漫之城”法国巴黎、“音乐之城”奥地利维也纳、“文学之城”瑞典斯德哥尔摩等城市，都是因为有了深厚、独特的文化底蕴，才能在众多城市中脱颖而出，令世人向往。

材料五：

断加快的城市化进程，大大改变了城市模样。拔地而起的高楼大厦鳞次栉比，宽广平坦的马路四通八达，各种各样的基础设施一应俱全，让人们切实感受到高效、便捷的现代化都市生活。但是在这种由钢筋水泥铸成的现代化都市生活的背后，由于没有文化作为内核支撑，呈现出来更多的是“千城一面”的单调的城市风格和压抑、冷漠的城市情感。

某大学建筑系张教授认为，人们对城市的“知”与“觉”正深刻影响城市的风貌特色。正是对城市历史文化的“不知不觉”，才会一哄而上地“造城”，留下“千城一面”的尴尬；正是对城市建设规律的“无知无畏”，才敢对传统肆意破坏，做出割断历史文脉的糗事；正是对城市文化保护价值的“后知后觉”，才有众多旧城先被拆掉、若干年后复建的反转。只有自觉守住城市的风貌特色，让传统与现代笔断意连，才能留住“城市记忆”，才能让城市文化与精神延续下去。

**作答要求：**

第一题：结合给定材料 1-2，以“来自‘首店经济’的启示”为副标题，自拟正标题，为某晚报撰写一篇评论。（30 分）

要求：观点鲜明，结构完整，论述深刻；字数 600 字左右。

第二题：参考材料 3-5，以“守护城市记忆，保持城市个性”为主题，联系实际，自选角度，自拟标题，写一篇议论性文章。（60 分）

**要求：**

- （1）紧扣主题，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 字。