

1. 镜像神经元是大脑中一种具有特别能力的神经元，它是人类“代入感”及“同理心”的生物基础。它就像一面镜子，让我们能反映和模仿他人行为，产生“感同身受”的体验。而天生发达的镜像神经元也是泪点低的原因之一。比如，看到别人吃东西，自己也会流口水；看见他人发怒，自己头皮也会发紧；别人情绪低落，自己内心也不好受……所以，一听到悲情故事就止不住落泪的人，不是太脆弱、____，而可能是镜像神经元太发达。

填入画横线部分最恰当的一项是：

- A. 敏捷 B. 敏感 C. 灵敏 D. 敏锐

2. 一些品牌随意挑选某个古代物件图样印在服饰上，再染上年画风格的配色，就为自己打出国潮的____。其实，这根本算不上真正意义的国潮，国潮不是简单的文化包装，而是传统文化与现代审美的深度____。

依次填入画横线部分最恰当的一项是：

- A. 名头 交汇 B. 标签 结合 C. 标记 融汇 D. 噱头 融合

3. 人造血即血氧液，能够用来代替人类血液，满足临床需求，缓解血液短缺状况。而且人造血标准化的生产流程能够确保其____，输入人造血不用再担心会感染艾滋病、肝炎等疾病，可最大程度降低输血相关传染病的风险。因此，研制和批量生产人造血成为当前的热点。

填入画横线部分最恰当的一项是：

- A. 安全性 B. 可靠性 C. 规范性 D. 稳定性

4. 历史上的关羽之所以经历由人到神的____跃升，从根本上讲，是因为他的道德品行和人格气质满足了不同时代价值信仰重构的精神需求，即在关公身上蕴含着中华优秀传统文化____的核心价值。那么这种核心价值是什么？主张刚、毅、直、俭者有之，认为孝、悌、忠、信者有之，可谓众说多歧，____。

依次填入划横线部分最恰当的一项是：

- A. 改变 一脉相承 鞭辟入里 B. 擢拔 一以贯之 莫衷一是
C. 提携 一如既往 各执一词 D. 擢用 自始至终 众口难调

5. 老字号拥有品牌优势，在做精做强、发展壮大方面具有独特优势。老字号所____的独特产品、精湛技艺和经营理念，具有____的品牌价值、经济价值和文化价值，它们____着优秀的中华民族文化，是新时期弘扬商业文明的核心内涵和宝贵财富。

依次填入划横线部分最恰当的一项是：

- A. 秉持 名利双收 凝聚 B. 传承 不可估量 承载
C. 恪守 管中窥豹 发扬 D. 弘扬 守正创新 锤炼

6. 我们常常讨论创造性的培养，好像创造性就一定意味着____，一个问题有一百个解，不受约束。实际上，____地看待世界，明白局部与整体之间的联系和运作；做事情讲方法，有步骤，有恒心，能统合各方力量，这些才是创造性的基石。

依次填入画横线部分最恰当的一项是：

- A. 龙飞凤舞 壮观 B. 天马行空 宏观 C. 不拘一格 微观 D. 挥洒自如 乐观

7. 随着技术发展，以数字手段为支撑的“沉浸式”“交互式”网上博物馆日益增多，提高了展览的____。但随着智能终端的普及，人们难免会对数字博物馆产生____。博物馆在利用数字技术的基础上，也不能忽视实物展览内涵的提升，使之兼备文化和教育功能，突出____的特点。

依次填入画横线部分最恰当的一项是：

- A. 科技性 排斥 润物无声 B. 便捷性 厌倦 触手可及
C. 趣味性 疲劳 寓教于乐 D. 交融性 失望 与时俱进