

试题演练-综应 2 (21 年下)

(讲义 + 笔记)

主讲教师：王小蕉

授课时间：2022.02.24



粉笔公考·官方微信

试题演练-综应 2（21 年下）（讲义）

【例 1】

假设你是 W 市文化局宣教科的工作人员，请根据给定资料 1，整理一份“审视‘污文化’

座谈会情况汇报”，供领导参阅。

要求：内容全面，条理清晰，语言简洁，不超过 500 字。

资料 1

“污”，字典里解释为“脏”。然而，在当下的网络流行文化里，“污”竟然和“脏”划清了界限，衍生出了一种所谓的“污文化”。

“污文化”以粗鄙化，极致性的特征，进行着情感的宣泄和极端观点的表达，一些拥有数百万粉丝的微信公众号、每集播放量都过亿的网络综艺，线上人数上百万的直播，将这些“污力十足”、含有粗口的语言片段以超高的能量级散布出去，一时间，朋友圈里动不动就是“污力滔滔”，谁在社交媒体上发表了粘“污”的言论，图片或者视频，总会得到众多追捧，“污”仿佛成为一件令人沾沾自喜的事情，充斥整个网络空间，甚至逆向输出到传统媒体的舆论场中。

“污文化”已经成为一种文化现象，因此，W 市文化局邀请社会各界人士共 32 人，在文化局 311 会议室召开了一场题为“审视‘污文化’”的座谈会。座谈会由局宣教科高科长主持。

以下是座谈情况：

高科长：现在网络流行“污文化”，流行到什么程度呢？中国青年报社会调查中心对 2005 人进行了一项在线调查，结果显示，53.7%的受访者偶尔使用“污”的词语或语言；9.6%的受访者经常使用；47.8%的受访者觉得身边“污”的人挺多，请大家从自身的感受、体验、专业等角度出发，畅所欲言，谈一谈我们应该如何审视和对待这种文化现象，从而了解现实生活中人们的心理和审美需求。

某高校学生：我觉得“污文化”其实也不算污，稍稍带点黄色，带点幽默，同学之间逗逗趣，过过嘴瘾，大家也不会当真，反倒增进了沟通和交流，我觉得很好啊！我是学中文专业的，从我的专业角度看，段子手在段子中释放的语言智

慧和创造力将一个个荤段子说得很吸引人，让人浮想联翩，很有想象力！

某企业员工赞同道：对啊，对啊！我觉得污段子可称得上是社交利器，在互联网时代，我们每天阅读的信息很多，感兴趣的也大不相同，同事们一起聊天，话题众口难调，但是有了污段子就不一样了，它让每个人都能哈哈大笑，有接话题的能力。下班回家看看污视频，一天的疲累和烦心事也化解掉了，我每天都看。

某高校教师：我不太同意你们的说法！要是想放松，可以有很多好的方式，比如听音乐、聊天、看电影，为什么一定要用污段子、污视频呢？我是教师，年轻人的审美能力有限，我很担心年轻人沉浸在挑战公序良俗、贬损人的尊严，罔顾道德行为的“污文化”里，会失去正确的价值观。

某报社记者：这位老师的担心未尝没有道理。但是，在“污文化”里还有一个元素您可能忽略了，就是批判功能。很多污段子是针对社会上的负面现象编撰的，披露社会不公平、不公正、不阳光的一面。我采访过一些人，其中大多数人还是能看到这一点的。

某机关公务员：我同意刚才那位老师的观点，高科长提到的那个数据我也看了，其中一个数据高科长没提到，就是 84.9% 的受访者觉得“污文化”会给青少年带来不良影响，可见，“污文化”尤其不适合价值观还不成熟的青少年，学校，传媒，文化部门要起到教育，引导和管理的作用。

某美学研究者：我们课题组研究发现，现在“污文化”流行的背后，实际上有商业的、经济的利益在推动。他们不以丑为丑，不以羞为羞，不以耻为耻，极尽搞怪、出格乃至低俗之能事，是为了夺人眼球和点击量，然后获得巨大的经济效益回报。在审美趣味上，“污文化”从人的物质欲望出发，尽力去迎合一些低级趣味，刺激并满足人的浅层需求，这种文化趣味会驱使人们走向自我的卑琐，走向趣味的低下，构成我们当下一种非常不健康，不文明的社会文化语境，应该引起有关部门的注意。我觉得“污文化”展示和渲染的是人性与人情中的陋习、丑态，以提供生理性的快感为满足，更擅长将人物化或动物化，迎合了当今社会一部分人的某些需求，更容易被他们理解和接受。“污文化”实际是审丑范畴，对丑的表现进行批判，要看到它的合理性，不能一棒子打死，也不能不知丑，要有透过丑审视美的意识和能力。

时间不知不觉过去了两个半小时，高科长说：“今天的会真正做到了各抒己

见,也达到了我们开这个座谈会的目的,大家的发言为我们认识和对待‘污文化’提供了清晰的思路。非常感谢大家!”

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。

资料 1

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……

资料 2

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。

资料 3

“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。

资料 4

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。

试题演练-综应 2（21 年下）（笔记）

【说在课前】

第一阶段是理论知识基础，掌握做题技巧；第二阶段是强化练习，刚学完理论基础，为了防止忘记，利用专项题目进行强化；第三阶段是试题演练，训练掌握做题方法、理论基础后，在实际考试中能否有针对性、有方向地作答一套卷。本节课是试题演练课程，学习 2021 年浙江下半年试卷，大家可以对照电子讲义进行学习，电子讲义将第一题进行了替换，因为前期课程已经讲解了第一题，为了避免重复，老师选择了贴合浙江考情的其他题目。

【例 1】

假设你是 W 市文化局宣教科的工作人员，请根据给定资料 1，整理一份“审视‘污文化’座谈会情况汇报”，供领导参阅。

要求：内容全面，条理清晰，语言简洁，不超过 500 字。

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。

【整体审题】

1. 浙江考情：材料基本是一个主题，在这个大的主题之下，出一些小的题目。在考场上，先整体浏览，找到围绕的话题，再逐个击破。
2. 题型：第一题是公文题，第二题是作文题。
3. 主题：本套题围绕文化展开。无论作答哪道题目，文化大方向不能跑偏。

【例 1】

假设你是 W 市文化局宣教科的工作人员，请根据给定资料 1，整理一份“审视‘污文化’座谈会情况汇报”，供领导参阅。

要求：内容全面，条理清晰，语言简洁，不超过 500 字。

【审题】

1. 范围：“根据给定资料 1”，范围明确，只看资料 1。

2. 题型：“一份……汇报”，出现量词+文种，属于公文题。公文题的得分点：

（1）格式：给领导汇报，属于总结类公文。实际工作中，可能不知道给几个领导看，将情况说清楚，只写标题即可。写标题的公式是“关于+事由+文种”，标题写为：关于审视污文化座谈会的情况报告。

（2）内容：情况汇报属于总结类公文。在座谈会上需要记录主要内容，围绕主题“污文化”的所有情况都要写下来。

①开头：背景、目的等。题干中“污文化”有双引号，如果不解释“污文化”，可能读者不明白，需要解释一下什么是污文化。在题干中出现带双引号的词汇，不用着急自己下定义，往往材料会给出定义。

②正文：谈对污文化的看法，比如污文化好或不好，污文化可能带来哪些问题等。如果污文化好，则谈意义；如果污文化不好，则问题、危害；接下来以什么态度对待污文化，谈对策、做法。

③结尾：不强求写结尾，如果格子充裕，可以写“以上内容供领导参阅”。

（3）语言：“语言简洁”，语言通顺、简明、畅达，不用有感染力，平实地记录下来即可。

3. 要求：均为常规要求。“不超过 500 字”字数比较充裕，与主题污文化相关的信息都可以写。

资料 1

“污”，字典里解释为“脏”。然而，在当下的网络流行文化里，“污”竟然和“脏”划清了界限，衍生出了一种所谓的“污文化”。

资料 1 第一段：引入话题，没有说明污文化好或不好。

“污文化”以粗鄙化，极致性的特征，进行着情感的宣泄和极端观点的表达，一些拥有数百万粉丝的微信公众号、每集播放量都过亿的网络综艺，线上人数上百万的直播，将这些“污力十足”、含有粗口的语言片段以超高的能量级散布出去，一时间，朋友圈里动不动就是“污力滔滔”，谁在社交媒体上发表了粘“污”的言论，图片或者视频，总会得到众多追捧，“污”仿佛成为一件令人沾沾自喜的事情，充斥整个网络空间，甚至逆向输出到传统媒体的舆论场中。

资料 1 第二段：

1. “‘污文化’以粗鄙化，极致性的特征，进行着情感的宣泄和极端观点的表达”：“特征”提示这是对污文化的解释、定义，直接摘抄：“污文化”以粗鄙化、极致性方式宣泄情感、表达极端观点。定义可以写在开头。

2. “一些……众多追捧”：微信公众号、综艺、直播、朋友圈等都能看到污文化，说明污文化势头正盛或影响力大、泛滥、遍布广、受众群体多。发展现状也要写下来。

3. “‘污’仿佛……舆论场中”：说明污文化发展得怎么样，除了新媒体，传统媒体也存在污文化。比如自媒体之前经常称“老司机”，电视等传统媒体中也经常提及，这是污文化发展现状，即污文化已充斥整个网络空间，甚至逆向输出到传统媒体中。

资料 1 第一、二段梳理：

1. 定义：“污文化”以粗鄙化、极致性方式宣泄情感、表达极端观点。

2. 现状：污文化受众广泛，影响力大。污文化已充斥整个网络空间，甚至逆向输出到传统媒体中。

3. 建议将上述内容作为基本情况介绍写在开头。

4. 答疑：能否写“污文化发展势头正猛，遍布新兴自媒体和传统媒体”？可以这样写，材料原文非常规范，建议直接抄原文“污文化已充斥整个网络空间，甚至逆向输出到传统媒体中”。如果材料表述啰嗦，则可以归纳概括。

“污文化”已经成为一种文化现象，因此，W 市文化局邀请社会各界人士共 32 人，在文化局 311 会议室召开了一场题为“审视‘污文化’”的座谈会。座谈会由局宣教科高科长主持。以下是座谈情况：

资料 1 第三段：“‘污文化’已经成为一种文化现象”：观看的人很多，大家都在讨论，所以成为现象，这是发展现状，可以写下来。

高科长：现在网络流行“污文化”，流行到什么程度呢？中国青年报社会调查中心对 2005 人进行了一项在线调查，结果显示，53.7% 的受访者偶尔使用“污”的词语或语言；9.6% 的受访者经常使用；47.8% 的受访者觉得身边“污”的人挺多，请大家从自身的感受、体验、专业等角度出发，畅所欲言，谈一谈我们应该如何审视和对待这种文化现象，从而了解现实生活中人们的心理和审美需求。

资料 1 第四段：

1. “高科长……挺多”：出现数据型材料，处理技巧：一是看文字的总结信息，二是没有文字总结信息，可以自己归纳概括大小、多少。此处强调使用污文化的人多，与前文“受众广泛”重复。

2. “请大家……审美需求”：说明座谈会的原因、目的、意义，即了解现实生活中人们的心理和审美需求。写为：为正确审视对待污文化，了解群众心理和审美需求。

资料 1 第三、四段梳理：要点：

1. 现状：“污文化”已经成为一种文化现象。

2. 目的：为正确审视对待污文化，了解群众心理和审美需求。

3. 一般开头写基本情况、目的、宏观背景，此处写在开头较为合适。

4. 总结开头：介绍什么是污文化，再说明发展现状，受众群体多，传统媒体和新媒体都有污文化，成为文化现象；介绍审视污文化的目的，即了解群众心理和审美需求。

某高校学生：我觉得“污文化”其实也不算污，稍稍带点黄色，带点幽默，同学之间逗逗趣，过过嘴瘾，大家也不会当真，反倒增进了沟通和交流，我觉得很好啊！我是学中文专业的，从我的专业角度看，段子手在段子中释放的语言智慧和创造力将一个个荤段子说得很吸引人，让人浮想联翩，很有想象力！

资料 1 第五段：“我觉得很好啊”说明污文化有好处或意义，即促进沟通和交流，释放语言智慧、创造力、想象力和吸引力。在现实生活中与别人交往，属于社交、人际交往方面，提炼总括词“促进社交”。

资料 1 第五段梳理：要点：意义：促进社交。释放语言智慧、创造力、想象力和吸引力，增进沟通与交流。

某企业员工赞同道：对啊，对啊！我觉得污段子可称得上是社交利器，现在互联网时代，我们每天阅读的信息很多，感兴趣的也大不相同，同事们一起聊天，话题众口难调，但是有了污段子就不一样了，它让每个人都能哈哈大笑，有接话题的能力。下班回家看看污视频，一天的疲累和烦心事也化解掉了，我每天都看。

资料 1 第六段：

1. “某企业员工赞同道”：“赞同”说明后文是积极表述，是意义。

2. “对啊……的能力”：依然说明促进社交，与上文重复。

3. “下班回家看看污视频，一天的疲累和烦心事也化解掉了，我每天都看”：这不是社交，而是另外的层面，非常减压、放松身心，舒缓身心，是对自己的好处。

4. 前面是促进社交，此处是对自己的好处，总括词写为：自我减压、减轻压力。

资料1第六段梳理：要点：意义：自我减压。化解疲累与压力，放松自我。

某高校教师：我不太同意你们的说法！要是想放松，可以有很多好的方式，比如听音乐、聊天、看电影，为什么一定要用污段子、污视频呢？我是教师，年轻人的审美能力有限，我很担心年轻人沉浸在挑战公序良俗、贬损人的尊严，罔顾道德行为的“污文化”里，会失去正确的价值观。

资料1第七段：

1. “某高校教师：我不太同意你们的说法”：“不同意”前面是意义，此处开始说明污文化的问题、危害。

2. “要是想放松……会失去正确的价值观”：“担心、挑战、贬损、罔顾、失去”是消极词汇，说明问题、危害：挑战公序良俗、贬损人的尊严，罔顾道德行为。没有道德底线，属于价值观方面，总括词写为：扭曲年轻人价值观，或年轻人价值观不端正。

资料1第七段梳理：要点：问题、危害：扭曲年轻人价值观。挑战公序良俗、贬损人的尊严，让人罔顾道德。

某报社记者：这位老师的担心未尝没有道理。但是，在“污文化”里还有一个元素您可能忽略了，就是批判功能。很多污段子是针对社会上的负面现象编撰的，披露社会不公平、不公正、不阳光的一面。我采访过一些人，其中大多数人还是能看到这一点的。

资料1第八段：

1. “某报社记者……就是批判功能”：“但”表转折，可能讲述污文化的好处。“批判功能”是意义。

2. “很多污段子……其中大多数人还是能看到这一点的”：不是乱批判，而是披露社会负面现象。

资料1第八段梳理：要点：意义：具有批判功能。它披露社会负面现象。

某机关公务员：我同意刚才那位老师的观点，高科长提到的那个数据我也看了，其中一个数据高科长没提到，就是84.9%的受访者觉得“污文化”会给青少年带来不良影响，可见，“污文化”尤其不适合价值观还不成熟的青少年，学校，传媒，文化部门要起到教育，引导和管理的作用。

资料1第九段：

1. “某机关公务员……会给青少年带来不良影响”：前文概括了“扭曲了年轻人的价值观”。

2. “可见，‘污文化’尤其不适合价值观还不成熟的青少年”：此处与前文“误导青少年价值观”重复。

3. “学校，传媒，文化部门要起到教育，引导和管理的作用”：“要”引导对策：学校、传媒、文化部门要起到教育、引导和管理的作用。

资料1第九段梳理：要点：对策：学校、传媒、文化部门要起到教育、引导和管理的作用。

某美学研究者：我们课题组研究发现，现在“污文化”流行的背后，实际上有商业的、经济的利益在推动。他们不以丑为丑，不以羞为羞，不以耻为耻，极尽搞怪、出格乃至低俗之能事，是为了夺人眼球和点击量，然后获得巨大的经济效益回报。在审美趣味上，“污文化”从人的物质欲望出发，尽力去迎合一些低级趣味，刺激并满足人的浅层需求，这种文化趣味会驱使人们走向自我的卑琐，走向趣味的低下，构成我们当下一一种非常不健康，不文明的社会文化语境，应该引起有关部门的注意。我觉得“污文化”展示和渲染的是人性与人情中的陋习、丑态，以提供生理性的快感为满足，更擅长将人物化或动物化，迎合了当今社会一部分人的某些需求，更容易被他们理解和接受。“污文化”实际是审丑范畴，对丑的表现进行批判，要看到它的合理性，不能一棒子打死，也不能不知丑，要有透过丑审视美的意识和能力。

资料1第十段：

1. “某美学研究者：我们课题组研究发现，现在‘污文化’流行的背后，实际上有商业的、经济的利益在推动”：“背后”说明本质是商业经济利益推动，此处看不出是正面还是负面，可以暂时画下来。

2. “他们……回报”：“低俗、搞怪、不以为耻”是负面词汇，直接摘抄问题、危害：受商业利益驱动。

3. “在审美趣味上……的注意”：

(1) “不健康、不文明、迎合”再次说明有问题，直接摘抄：从人的物质欲望出发，驱使人走向自我卑琐和低级趣味，构成不健康、不文明的社会文化语境。

(2) 无论是商业利益推动，还是从人的物质欲望出发，慢慢形成不好的社会文化语境，整个社会文化语境不健康，提炼总括词：污染文化语境。

4. “我觉得……和接受”：“陋习、丑态、物化或动物化”是负面词汇，直接摘抄问题：染人性与人情中的陋习、丑态，满足生理性快感，将人物化或动物化。对人性而言，污文化要么将其比喻为物品，要么将其比喻为动物，没有展示人性好的一面，展示了陋习和丑态，前置总括词：贬低人性或矮化人性。“矮化人性”是指只说不好的一面，不说好的一面。

5. “‘污文化’……进行批判”：与前文“批判功能”相同，是污文化好的一面。此处除了批判不好的行为，也批判了丑的行为。

6. “要看到……和能力”：这是一分为二地看，更全面地看，辩证看待。

资料1第十段梳理：要点：

1. 问题、危害：（污染文化语境）受商业利益驱动，从人的物质欲望出发。驱使人走向自我卑琐和低级趣味，构成不健康、不文明的社会文化语境。矮化人性。渲染人性与人情中的陋习、丑态，满足生理性快感，将人物化或动物化。

2. 意义：“污文化”属审丑范畴，对丑的表现进行批判。与批判功能合并。

3. 对策：我们需辩证看待。要包容“污文化”。也要增强通过丑审视美的意识和能力。

时间不知不觉过去了两个半小时，高科长说：“今天的会真正做到了各抒己见，也达到了我们开这个座谈会的目的，大家的发言为我们认识和对待‘污文化’提供了清晰的思路。非常感谢大家！”

资料1第十一段：本段是会议结尾，没有具体要点。

【梳理】

1. 开头：定义是污文化非常粗鄙，表达极端观点；现状是受众多，影响力大，

输出到传统媒体中，成为文化现象。为了解群众心理和审美需求，所以需要审视污文化。

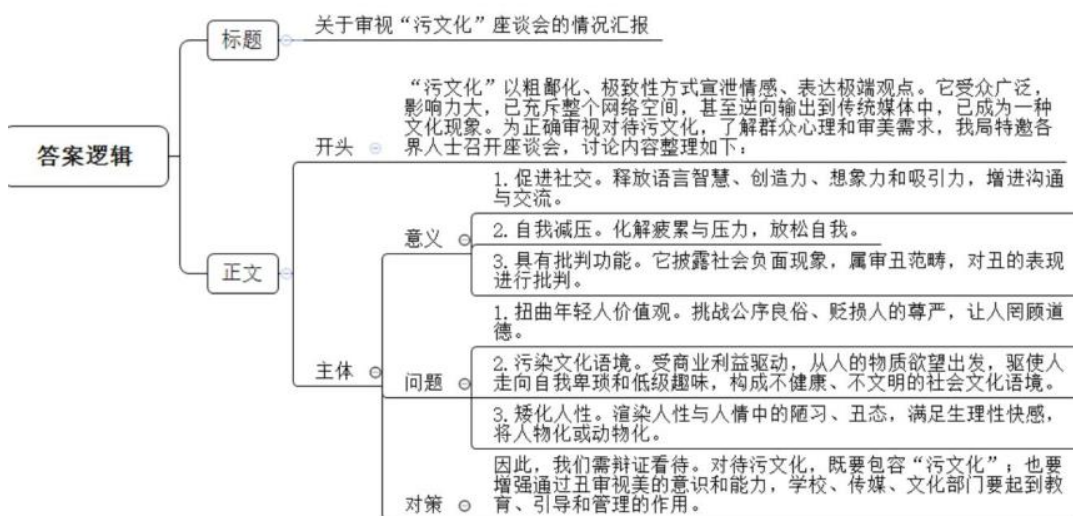
2. 主体：

（1）意义：促进社交，自我减压，披露社会负面现象，对丑的表现进行批判。

（2）问题、危害：一是扭曲年轻人价值观。挑战公序良俗、贬损人的尊严，让人罔顾道德。二是受商业利益驱动，社会不健康，文化语境被破坏。三是矮化人性，渲染丑的方面，将人物化或动物化。

（3）对策：先辩证看待，再说明学校、传统媒体起到引导管理作用。

3. 结尾：材料中没有结尾信息，可以不写结尾。如果字数允许，可以自己补充一个结尾。



【梳理】

1. 格式写标题：关于审视“污文化”座谈会的情况汇报。
2. 正文：开头写定义、现状、目的；主体写意义、问题、对策。

【参考答案】

关于审视“污文化”座谈会的情况汇报

“污文化”以粗鄙化、极致性方式宣泄情感、表达极端观点。它受众广泛，

“污文化”也有消极之处：1. 扭曲年轻人价值观。挑战公序良俗、贬损人的尊严，让人罔顾道德。2. 污染文化语境。受商业利益驱动，从人的物质欲望出发，驱使人走向自我卑琐和低级趣味，构成不健康、不文明的社会文化语境。3. 矮化人性。渲染人性与人情中的陋习、丑态，满足生理性快感，将人物化或动物化。

因此，我们需辩证看待。对待污文化，既要包容“污文化”；也要增强通过丑审视美的意识和能力，学校、传媒、文化部门要起到教育、引导和管理的作用。

【参考答案讲解】

1. 分段书写，开头单独写一段，串联词“我局特邀各界人士召开座谈会，讨论内容整理如下”“会议具体情况如下”。

2. 主体先写意义,再写消极之处,最后写对策“因此、综上、结合实际情况,我们应该……”。

3. 格子版答案：标题居中书写，左右格数尽量相同。每段开头空两格，标点符号占格。主体部分写积极之处、消极之处，段落内部标注序号；最后写对策“因此……”。

【总结】

1. 第一题是情况汇报，属于总结类公文。将围绕主题“污文化”的全部信息都写下来。

2. 格式写清楚标题即可，按照常用公式“关于+事由+文种”书写标题。

3. 正文:

(1) 开头：介绍背景、目的、基本情况。

(2) 主体：围绕主题写问题、意义、对策或解决方案。

(3) 结尾可以不写，也可以写“以上情况，望领导审阅”。

【例 2】

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 字。

【审题】

1. 文章不跑题的重点是找准主题，在材料中找观点。书写步骤：

(1) 找主题，定观点，确定文章不跑题。

(2) 确立文章结构。

(3) 串语言，下笔成文。

2. 主题是“文化自信、澎湃‘国潮’”。主题中间有顿号，是 A、B。文化自信经常出现在政策、领导人讲话中，过去，国人对自己的文化没有强烈的自信，感觉外国的月亮圆，现在有文化自信，文化自信是指对自己的文化有信心，非常认可、认同自己国家的文化。“国潮”，国产品牌具有时代潮流，崛起了，比较流行，与时俱进，受到消费者的欢迎的国货，就是国潮，比如李宁品牌带有商业特色，属于经济层面。文化自信是文化方面，澎湃国潮是经济层面。

3. 写作方向：

(1) 两者关系：文化促进经济发展，经济发展促进文化。

(2) 为什么把文化自信、澎湃国潮放在一起：通过文化打造国潮带来好处，比如文化自信促进国潮发展，壮大国产品牌，如果不认可本国文化，就可能制约国产品牌发展，会出现问题。

(3) 对策：怎样利用文化带动经济发展，怎样利用经济为文化打下基础。

4. 要求：均为常规要求。

5. 在材料中找文化自信与澎湃国潮的关系；思考为什么把文化自信与国潮放在一起，可能有意义、问题；怎样利用文化发展民族品牌。

资料 1

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%。

资料 1 第一段：“从……到……”本段举了很多例子，说明国潮影响力增强，国潮品牌关注度增强，与文化的关系不明确，继续阅读下文。

如今的“国潮”在“跨界”“破圈”中呈现多样态表现形式。

资料 1 第二段：没有明确提及文化自信，这是国潮发展的对策，需要跨界、破全，呈现多样态表现形式。主题是 A 与 B，需要与文化自信搭建关系。

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。

资料 1 第三段：“不断挖掘传统风文化并创新传承，频频引领文化新风潮”出现“文化”，说明国潮跨界到文化中，体现了文化自信，因为对传统文化认可之后，有越来越多的人认同这些文娱节目、超级 IP 等品牌。

资料 1 第二、三段梳理：

1. 观点：对策：“国潮”需要与文化“跨界”融合，打造多样态表现形式。
2. 圈画出李子柒、《上新了·故宫》《国家宝藏》等例子，可以用在作文论证中。

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”。

资料 1 第四段：“中国元素”说明国潮的确跨界、破圈了，把文化用在体育

用品中。

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……

资料 1 第五段：与前文一样，再次提及跨界组合，前文是跨界饮食圈、体育圈，此处再次提及跨界、破圈到航天。

【资料 1 梳理】

段 1 引出主题，说明国潮发展得很好；段 2-5 是总分逻辑，总结是国潮跨界融合，呈现多样表现形态。分述是如何跨界，一是和文化元素融合，比如李子柒、《上新了故宫》，二是联名合作。

资料 2

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。

资料 2 第一段：

1. “近年来……发展动力”：此处说明因为经济快速发展，所以品牌发展了，与文化没有直接搭边，继续阅读后文。

2. “在新冠肺炎疫情……市场主力”：“民族自豪感”是国人认可本国文化，是文化自信，为国潮澎湃发展打下坚实基础。说明国潮品牌发展的原因，首先是经济发展；其次，民族自豪感提升，百姓对文化越来越自信，然后开始发展国潮品牌。说明文化自信与打造国潮品牌之间的关系：经济快速发展→提升文化自信，

为国潮品牌发展打下坚实基础→国潮品牌发展。

3. “文化内容……巨大提升”：品牌崛起体现了民族自信的提升，即因为民族自信提升，所以品牌崛起了。

资料 2 第一段梳理：观点：关系：中国经济快速发展，提升民族自豪、文化自信，为“国潮”澎湃发展打下坚实基础。

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。

资料 2 第二段：

1. “2017 年……中国品牌的信心”说明对策：要讲好中国故事，立足中国文化。有的国风产品只是对中国元素的堆砌，没有理解内核，宏观对策：要讲好中国故事，合理利用。

2. “2020 年……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”：通过文化自信让品牌更好了。与前文重复。

资料 2 第二段梳理：观点：“国潮”需要讲好中国故事。具体是借助文化赋能，升级品质，具有品牌效应。

资料 3

“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。

资料 3 第一段：

1. “‘国潮’……现象不在少数”：前文讲述积极方面，此处出现问题，使用中国文化有不好的方面。

2. “为了……本来寓意”说明问题：缺乏创新和内涵，为了响应市场、迎合市场，只是简单堆砌传统文化，充当国风设计，缺乏前卫时尚，淡化甚至歪曲了传统文化的本来寓意。

资料 3 第一段梳理：观点：很多品牌迎合市场，用传统文化图案的堆积、拼接充当“国风”设计，缺乏前卫时尚，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。

资料 3 第二段：

1. “逛到有的展位时……都似曾相识”：“似曾相识”说明都一样。

2. “在中国美妆博览会上……的泛化”说明问题：同质化严重，国潮市场雷同严重，跟风模仿。

3. “国货……的体悟”：“不是……而是……”引导对策：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。该对策解决了跟风模仿的问题。在书写观点过程中，材料既有问题，也有对策，取舍方法是看材料侧重讲述什么，材料通过大篇幅讲述了问题，以问题为主，将问题罗列为观点，将对策写在论证中。

资料 3 第二段梳理：观点：很多品牌跟风模仿，“国潮”市场雷同现象严重。

资料 4

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。

资料 4 第一段：

1. “2017 年至 2019 年，全聚德的营业收入不断下降”：“下降”说明出现问题。
2. “全聚德集团……周某说”：老字号品牌也想借助国潮东风发展自己，融入文化。此处只是说希望能跟上国潮品牌发展这阵风，具体如何融入看后文。

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。

资料 4 第二段：

1. “推陈出新……起来”：老字号也变潮了，属于国潮。
2. “不过……的传递”：“不是……而是”说明企业的做法：传递产品历史与品牌文化价值。
3. “未来……可持续发展”：再次说明企业要想可持续发展、长远发展，要文化赋能，讲述未来如何做。

资料 4 第一、二段梳理：观点：“国潮”需要以文化赋能品牌可持续发展，传递产品历史与品牌文化价值。

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。

资料 4 第三段：在发展国潮过程中我们应如何对待传统文化、中国元素。“绝不在于……而是”说明做法：“国潮”需要将中国元素经过时代审美改良创新。

资料 4 第三段梳理：观点：“国潮”需要将中国元素经过时代审美改良创新。

“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。

资料4第四段：本段说明了国潮的做法，有些国外品牌认为只要在产品上印上“福”字就可以了，实际上要基于国人审美，源于传统文化；根据中国人特点设计产品。

资料4第四段梳理：

1. 观点：“国潮”需要基于国人审美、源于传统文化、根据中国人特点设计产品。
2. 与前文相同，国潮需要经过时代的改造，这是对国潮的改良，具体是经过时代审美，基于国人审美，源于传统文化，根据中国人的特点设计产品。

“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。

资料4第五段：

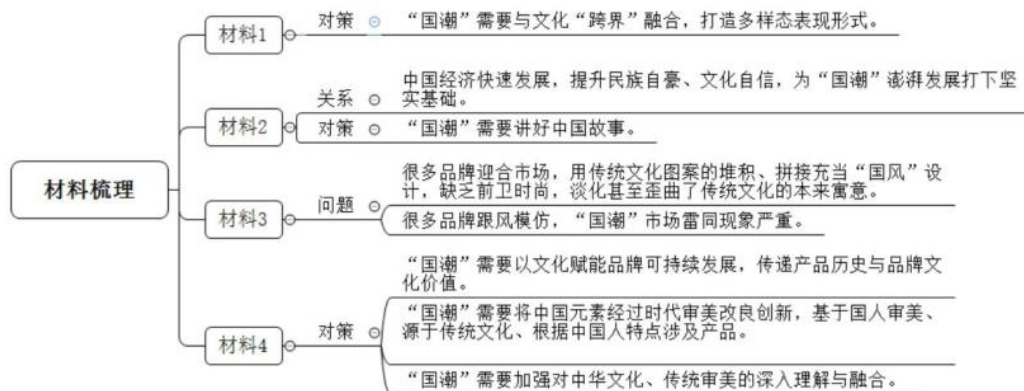
1. “去年以来……与融合”：“还得不断加强”说明对策：加强对中华文化、传统审美的深入理解与融合。
2. “沈某……故事”：“加强与年轻人联系紧密的赛事、活动及组织合作”说明要跨界、破圈等；“对中国文化研究与元素设计进行深度挖掘”是深入理解和挖掘中国文化；“讲好中国故事”与前文观点重复。

资料4第五段梳理：观点：“国潮”需要加强对中华文化、传统审美的深入理解与融合。

【资料4梳理】

资料 4 举例全聚德和电商品牌发展。全聚德老字号要文化赋能；新品牌要改良，符合时代审美、国人审美和特点。不管是老字号，还是新品牌，都需要文化赋能，国潮要想走得更远，就要依靠文化。总结为：可持续发展。老字号要发展，传递历史品牌文化；新品牌根据时代改造自己。

【思维导图】



【梳理】

1. 材料 1：通过事例和数据引出国潮发展得很好。“国潮”需要与文化“跨界”融合，打造多样态表现形式。论证：李子柒的传统美食、传统文化电影等，运用了文化元素；与其他品牌进行联名发展。

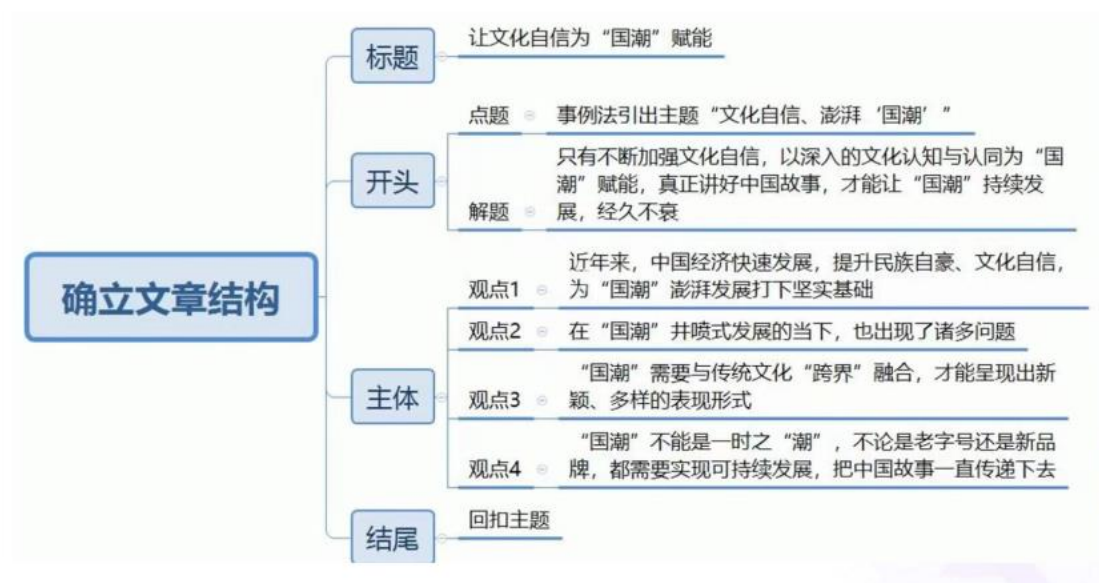
2. 材料 2：宏观说明因为经济发展带来文化自信和国潮发展，是因果关系。国潮需要讲好中国故事，从大的层面看，无论是文化联名，还是文化元素、文化赋能，都是讲好中国故事。总观点是国潮要讲好中国故事。

3. 材料 3：讲述问题，迎合市场，简单堆砌；很多品牌跟风横仿，“国潮”市场雷同现象严重。

4. 材料 4：讲述对策，无论是老字号传递历史，还是新品牌要改良创新，基于国人审美设计产品，都是可持续发展，从过去到现在都需要文化赋能。

5. 梳理观点：一是简单论证两者关系，中国经济发展提升民族自豪，为国潮品牌打下基础；二是讲述问题，市场雷同、跟风模仿等；三是对策，跨界有多种表现形式，可持续发展，不能是一时之“潮”，要一直“潮”下去。

【思维导图】



【梳理】

1. 标题：让文化自信为“国潮”赋能
2. 开头：重点是引出总观点：要让国潮持续发展，讲好中国故事。
3. 主体：先说明两者关系，再说明有问题，对策是有多种形态跨界，可持续发展。
4. 结尾回扣主题。

【参考范文】

让文化自信为“国潮”赋能

范文标题：让文化自信为“国潮”赋能。标题包含了主题，属于点睛式、常规式标题。改写标题：比喻式标题“压舱石、风向标、方向盘”，比如把好国潮发展的风向标；对称式标题是左右两个部分，既体现文化自信，也体现国潮，是动词+名词的形式，比如树立文化自信，打造“国潮”澎湃或确立文化自信，打造“国潮”澎湃。没有必要记住很多种标题，感觉哪个好用就记住哪个。

从国货化妆品销量大增，到“国潮”服饰走上国际秀场，近年来，中国品牌风靡全国，走向国际，掀起了澎湃“国潮”。“国潮”以中国传统文化为底色，融合当下潮流，以产品赋予传统文化新的表现形式。而在“国潮”热的背后，是国

人越来越强大的文化自信在提供支撑。只有不断加强文化自信，以深入的文化认知与认同为“国潮”赋能，真正讲好中国故事，才能让“国潮”持续发展，经久不衰。

范文第一段：

1. “从国货化妆品销量大增……掀起了澎湃‘国潮’”：“从……到……”是举例，建议积累这个句式。

2. “‘国潮’……支撑”：开始点题，国潮发展好是因为有文化自信。

3. “只有……经久不衰”：引出观点。

4. 结构：事例+观点。

5. 其他开头方式：

（1）概念法开头：解释文章主题的含义，所谓文化自信，澎湃“国潮”指的是国产品牌应该文化赋能，才能让国潮持续发展，经久不衰。

（2）对比法开头：过去部分人崇洋媚外，认为国外产品好，现在传统文化焕发新生，“国潮”借力文化赋能，让品牌更上一层楼。

（3）引言式开头：习总书记曾说过“要推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”。所以我们要如何做。或习总书记曾说过“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”。在当下，国潮发展也离不开文化自信。

【积累】

1. 标题：

对称式标题：树立文化自信，打造“国潮”澎湃

比喻式标题：把好国潮发展的风向标

常规式标题：让文化自信为“国潮”赋能

【解读】

只要能写出其中一种标题即可得分。

【积累】

2. 开头

结构：事例+观点

好词好句：

①要推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

②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。

其他方式：

①概念法：所谓文化自信，澎湃“国潮”指的是……

②对比法：过去，部分人崇洋媚外……现在，传统文化焕发新生，“国潮”借力文化赋能……

【解读】

1. 建议把好词好句背下来，写在开头，增加文章文采。

2. 将省略号的内容补充完整就是一个完整的开头。

近年来，中国经济快速发展，提升民族自豪、文化自信，为“国潮”澎湃发展打下坚实基础。疫情之下，中国率先实现经济正增长，充分证明了中国经济发展的稳定性和高质量，极大地提升了人们的民族自豪感和文化认同感。这份文化自信又反哺着经济，推动“国潮”发展。一方面，文化自信的提升让越来越多的创业者将视线聚焦于中国传统文化，致力于文化内容生产和民族文化的运用。另一方面，文化自信的扎根，也让人们更加原意接纳拥有中国文化元素和文化内容的产品。因此，“国潮”品牌需要不断创新，坚守品质，借文化势能消费升级的“东风”，打开国内外市场。

范文第二段：

1. “近年来……坚实基础”：将观点放在段首。

2. “疫情之下……化认同感”：“疫情之下”是介绍时代背景。

3. “这份文化自信又反哺着经济……文化内容的产品”：“这份文化自信又反哺着经济，推动‘国潮’发展”是对策。“一方面……另一方面……”是对策带来的意义。

4. “因此……市场”：回扣观点。

5. 结构：观点+背景+对策+意义+回扣。这属于道理论证。

6. 对策引出方式:

(1) 时代背景+对策, 因为疫情之下, 经济增长, 提升了民族自豪感、认同感。所以文化自信反哺经济, 推动国潮发展。

(2) 问题引出对策: 过去国人对传统文化不自信、不认可, 国产品牌发展受限, 现在随着文化自信, 也可以在一定程度上反哺经济。

(3) 对策细化, 说明具体如何反哺经济。

7. 串联词: 一方面、另一方面、与此同时; 不仅、而且。

【积累】

3. 论证段 1

结构: 观点+时代背景+对策+意义+回扣

对策引出方式: 时代背景+对策、问题+对策、对策细化。

串联词: 一方面、另一方面、与此同时; 不仅、而且。

然而, 在“国潮”井喷式发展的当下, 也出现了诸多问题。有些品牌一味迎合市场, 为了分得“国潮”的一杯羹, 用传统文化图案的堆积、拼接充当“国风”设计。还有许多品牌看见别人取得成功, 便跟风模仿, 导致“国潮”市场雷同现象严重。殊不知, 只有不断思考、不断创新, 打造独特的产品价值, 真正向消费者传递中国文化的底蕴和美感, 才是“国潮”正确的发展之道。

范文第三段:

1. “然而……诸多问题”: “然而”表转折, 开始讲述问题, 是观点。

2. “有些品牌……严重”: “有些品牌……还有许多品牌”是事例论证。

3. “殊不知……发展之道”: 再次给出对策。

4. 结构: 观点+事例+对策。本段是道理论证与事例论证的结合。

5. 论证段之间衔接: 前面讲述积极方面, 本段讲述问题, 可以用衔接词“然而、与此同时、反之、值得担忧的是”进行转折, 使论证段衔接更自然。

6. 事例补充: 传统青花瓷纹饰平移 to 旗袍上、西式结构礼服上嫁接中式盘扣、东北民间大花面料走上红毯……

【积累】

4. 论证段 2

结构：观点+事例+对策

论证段之间衔接：然而、与此同时、反之、值得担忧的是……

事例补充：传统青花瓷纹饰平移 to 旗袍上、西式结构礼服上嫁接中式盘扣、东北民间大花面料走上红毯……

“国潮”如何才能不断创意？首先需要与传统文化“跨界”融合，才能呈现出新颖、多样的表现形式。诗词、乐器、服饰……诸如此类的文化元素是中国传统文化的重要载体，也为“国潮”提供着灵感来源和设计元素。在使用文化元素提升产品“颜值”的同时，也需要注重质量研发，才能赢得消费者真正的认可。同时，“国潮”品牌和 IP 要大胆“破圈”组合，创新合作方式，以优化品牌、创新产品，拓展业务。比如，国货品牌百雀羚与敦煌博物馆合作推出联名彩妆，将敦煌独特的色彩运用于产品和包装中，让产品呈现出深厚的文化气息，深受消费者喜爱。

范文第四段：

1. “‘国潮’如何才能不断创意？……多样的表现形式”：说明要跨界，是第一个对策。

2. “诗词、乐器、服饰……提供着灵感来源和设计元素”：说明中国文化元素是中国文化的重要载体。

3. “在使用……业务”：是对策。

4. “比如……”：“比如”是举例。

5. 结构：观点+重要性+对策+事例。本段是道理论证、事例论证相结合。

6. 通过设问句引出观点，比如“国潮”如何才能不断创意？书写观点之前，可以通过设问句引出观点，进行自问自答。

7. 事例积累：百雀羚联名彩妆，是对传统文化的恰当使用。

【积累】

5. 论证段 3

结构：观点+重要性+对策+事例

设问句引出对策。

事例积累：百雀羚联名彩妆、李宁、故宫彩妆等。



此外，“国潮”不能是一时之“潮”，不论是老字号还是新品牌，都需要实现可持续发展，把中国故事一直传递下去。对许多品牌而言，赶上“国潮”是适应时代变化的必经之路，但是“国潮”并不是简单营销，而是要传递产品历史和品牌文化价值，以文化赋能品牌可持续发展。“国潮”主要面向国内受众，因此，品牌需要理解、关注中国消费者，不断加强对中华文化、传统审美的理解，创造基于国人审美、源于传统文化、经过时代审美改良创新之后的中国元素。与此同时，在设计上需要根据中国人特点、偏好、习惯打磨产品，真正做到以消费者为导向。

范文第五段：

1. “此外……把中国故事一直传递下去”：将观点写在段首。

2. “对许多……为导向”：对策细化。

3. 结构：观点+对策细化。论证内容可以来自材料，比如论证可持续发展。一是传递产品历史和品牌的文化价值，以文化赋能；二是创造基于国人审美；三是经过时代审美创新之后的中国元素；四是在设计上根据中国人特点等打磨产品。这些都是材料中找到的。

4. 事例补充：中国李宁、故宫联名彩妆。

【积累】

6. 论证段 4

结构：观点+对策细化

事例补充：中国李宁、故宫联名彩妆



“合抱之木，生于毫末。”“国潮”正如新芽萌发，正在茁壮成长。我相信，只要我们不断理解、创新、传递中国传统文化，坚定文化自信，“国潮”之芽必将长为参天大树，讲好中国故事，彰显中国力量。

范文第六段：

1. “我相信，只要我们……未来就一定……”：是对未来的展望，属于展望式结尾。

2. 总结式结尾：先谈关系，再说明如何做，以及当前存在什么问题。这是对观点进行简单重复，也可以写呼吁号召式结尾。

3. 积累好词好句：“合抱之木，生于毫末”，字面意思是粗大的树木是由小树长成的。说明做事要脚踏实地，一步一个脚印。“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索”“千里之行始于足下”“不积跬步无以至千里，不积小流无以成江海”“冰冻三尺非一日之寒”“骐骥一跃不能十步，驽马十驾而致千里”。作文开头和结尾用一两句好词好句，可以增加文章文采。

【积累】

7. 结尾

总结式结尾：观点重复

呼吁号召式结尾：让我们…….

展望式结尾：只有……. 才能…….

好词好句：

合抱之木，生于毫末。

路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。

千里之行始于足下。

【解读】

建议背诵一到两个，可以用于多数作文结尾。

【积累】

剑南春

作为我国高端白酒“茅五剑”之一的剑南春，身上仍深深烙着文明的印迹，消费者熟悉的那句“唐时宫廷酒，今日剑南春”，是其深挖历史文化，重视提升品牌文化内涵的表现。



花西子：坚持“以花养妆”的健康彩妆花西子延续了中国古代女子“以花养颜”的传统历史理念，打造出全新的“东方彩妆”品牌定位，并将“以花养妆”作为产品开发的原则，让每一位女性在追求健康的同时，大胆放心追求属于自己的美丽。



茶颜悦色

茶颜悦色的商标是一个手持纸扇的中国古装打扮的女子，正是小说《西厢记》中主人公崔莹莹的执扇图，古色古香的画面感，具有高的辨识度。茶饮名字、杯子面风、海报宣传、字体选择、店铺装修设计、概念店等诸多创意，多米自中国的优秀传统文化、名家名画，让茶颜悦色成为独特的街头风景，处处透出典雅文艺的气息。



钟薛高

将足量的泸州老窖浓香型白酒通过特殊的技术注入雪糕，保持流心的口感。“酒在雪糕里，你在我心里。”这款联名不禁让小南回忆起了小时候很喜欢吃的酒心巧克力，想想都觉得醉人~



【积累】

1. 文化是民族的精神命脉，文艺是时代的号角。
2. 坚定文化自信，是事关国运兴衰、事关文化安全、事关民族精神独立性的重大问题。
3. 只有扎根脚下这块生于斯、长于斯的土地，文艺才能接住地气、增加底气、灌注生气，在世界文化激荡中站稳脚跟。
4. 文化是一个国家、一个民族的灵魂。
5. 文化兴国运兴，文化强民族强。没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴。
6. 文化遗产是祖先留给我们的，我们一定要完整交给后人。城市是一个民族文化和情感记忆的载体，历史文化是城市魅力之关键。

【解读】

以上名言是习总书记在多个公开场合强调文化的重要性，比较有说服力。大家可以选择简短的进行背诵，放在开头或结尾，让阅卷人看到考生的积累。

考试年份	2017年上	2017年下	2018年上	2018年下	2019年上	2019年下	2021年上	2021年下
考查主题	特色小镇/ 网络直播/ 人生目标	垃圾难题/ 网红食品/ 中国脊梁	知识付费/ 早市骗局/ 无名精神	电梯加装/ 教师队伍建 设/自律与 自由	懒婚不婚/ 公共交通/ 慎始慎终	家庭教育/ 夜间经济/ 浙江精神	文化传承/浙 江高质量发 展建设共同 富裕示范区	革命文物保护 利用/文化自 信, 澎湃国潮
考试题型	案例分析/ 材料作文	案例分析/ 材料作文	案例分析/ 材料作文	案例分析/ 材料作文	案例分析/ 材料作文	案例分析/ 材料作文	公文写作/ 材料作文	公文写作/ 材料作文
分值分布	20/30/50	20/30/50	20/30/50	20/30/50	20/30/50	25/25/50	40/60	40/60

【总结】

浙江整体考情总结

【1】试卷整体难度，中等偏上。

【2】题型相对固定，案例分析、公文写作、材料作文等居多。

【3】材料直白易懂但零散，偏爱社会领域中的热点话题。

【解读】

1. 近些年试卷难度是中等偏上。

2. 题型比较固定，基本考查案例分析、公文写作、材料作文，这是备考重点。

2021 年上和下只考查了公文写作和材料作文，这两种题型是备考的重中之重，如果已经做完了真题，建议在题库中找相邻省份类似的题目进行练习。

3. 材料直白易懂，比较零散，材料整体偏长，一般呈现总分逻辑，总结部分往往不出要点，分述出具体要点。话题包括特色小镇、电梯加装、垃圾难题、家庭教育、文化传承、革命文物保护等，与社会领域的热点息息相关，建议看学习强国、浙江省的政府工作报告、粉笔晨读等，粉笔晨读是对社会热点话题的解读。

4. 建议大家听 3-5 遍理论课，再分门别类地进行专项练习，先练习案例分析，再练习公文题、作文题；也可以一起练习，每天练习一道案例分析、一道公文题、一道作文题。建议真题至少刷 3 遍左右，出题套路基本一致，一定要多做、多总结。

【课后答疑】

1. 自己组织答案有困难：可能答案写了一长串，不会提炼要点，对此需要练

习规范词。比如题目要求概括小王在工作中遇到的问题。小王每天上班迟到、下班早退，不接待群众来访，自顾自看报纸或打游戏。隐约感觉小王有问题，但如果全部写上，则格子不够。提炼为：工作态度不端正或工作态度不积极。练习方法：一是把自己的答案与参考答案进行对比，找到表达的差距，并做好积累；二是在粉笔 APP “发现” - “干货” - “备考指导” “规范词积累” 或点击 “放大镜” 的图标，输入 “规范词”，里面有老师和同学总结的规范词，自己可以背诵积累下来。比如材料讲述某人如果既不懂，也不会，概括为：工作能力有问题。如果有时间，建议大家自己总结；如果没有时间总结，就进行背诵积累。

2. 时间分配：考 2 道题的时间比例是 1:1.5（均匀分配整体时间，公文题占 1，作文题占 1.5）。2021 年之前考过 3 道题，时间比例是 “1:1:1.5”。

遇见不一样的自己

Be your better self