材料1

  参观海军博物馆，前往国家海洋局海洋环境监测站了解大气监测和水文监测情况，学系帆船绳结、与大海亲密接触;跟随古脊椎动物专家的步伐，参观遗址博物馆，寻找恐龙和恐龙蛋化石，学习科学采集和修理化石;深入国外大学校园，感受中西教育异同……近几年来，自然观赏型、知识科普型、体验考察型、文化康乐型、励志拓展型等各种各样的研学旅行活动，在我国许多城市中小学生中广泛开展。我国的研学旅行，最早可追溯到春秋战国时期的“游学”，那时多指士人学子远游异地，从师学习，以所学游说诸候，求取官职。两汉承继战国游学之风，学子们远行访师问道，既求闻达也求仕途。唐代旅行学习之风日盛，众多士子走出书斋，多作郊游、远行、交友、边塞之旅。及至宋代和明清，书院盛行，学子们穿行于不同学院的不同学派之中，广采博收，士人旅行制度化，“读万卷书，行万里路”的主流意识逐渐形成。20世纪30年代，著名教育家陶行知先生组织“新安旅行团”作长途修学旅行，开创了现代我国修学旅行的先河。受外来的修学旅游理念影响，从20世纪90年代开始，一些教育理念较开放的学校开始组织学生修学旅游、出境游学。

  2013年，国务院办公厅发布《国民旅游休闲纲要(2013-2020年)》首次提出“研学旅行”概念，随后在河北省、上海市等省市试点推行研学旅行。2017年国家旅游局发布《研学旅行服务规范》.从服务提供方、人员配置、研学产品、研学基地、安全管理等各个环节规范研学旅行服务流程，让研学旅行开始有规可依。此后发布的《中小学综合实践活动课程指导纲要》《中小学德育工作指南》等一系列文件，为研学旅行的规范化发展、标准化建设、品质化推广提供了有力的政策支持。2016年12月，教育部等11部委联合发布《关于推进中小学生研学旅行的意见》(以下简称《意见》)，《意见》指出:“中小学生研学旅行是由教育部门和学校有计划地组织安排，通过集体旅行、集中食宿方式开展的研究性学习和旅行体验相结合的校外教育活动，是学校教育和校外教育衔接的创新形式，是教育教学的重要内容，是综合实践育人的有效途径。”《意见》明确要求各中小学要结合当地实际，把研学旅行纳入学校教育教学计划，与综合实践活动课程统筹考虑，促进研学旅行和学校课程有机融合。学校根据学段特点和地域特色，逐步建立小学阶段以乡土乡情为主、初中阶段以县情市情为主、高中阶段以省情国情为主的研学旅行活动课程体系;规定研学旅行不得开展以营利为目的的经营性创收。自此，研学旅行在全国中小学全面推行，各省市也纷纷出台配套文件及细则，比如，2019年1月17日，成都市教育局、成都市发展和改革委员会、共青团成都市委等11个部门联合发布了《成都市教育局等11部门关于推进中小学生研学旅行的指导意见》。

 材料2

  2018年12月，S市河西小学开展了题为“寻找儒家文化之根，做骄傲中国人”的主题研学活动，大约300名五年级学生在学校老师的带领下，走进孔子故里，感悟儒家文化。此次研学活动是学校为培养学生综合实践能力和创新能力而设计的“博究六艺”研学课程的一部分。以下是研学活动方案的部分内容。

  课程目标:通过参观曲阜六艺城，了解孔子“六艺”(礼、乐、射、御、书、数);通过实地考察、现场体验、访谈等方式，获得语文、数学、科学等学科知识;利用研讨交流、走访等学习方式，培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力;设计丰富的研学活动，培养学生探究合作、安全自护、健康环保、文明公德等意识和能力。

  课程内容:参与古代婚俗表演等活动，让学生深入了解“礼”在民俗文化中的重要位置，引导学生接受礼仪教育，做崇德向善的有礼好少年;观看《萧韶乐舞》及民间器乐演奏节目，了解儒家文化;举行射箭比赛，了解孔子《矍相圃》观乡人射箭的原因;试乘古代马车，“穿越”到春秋末期，跟随孔子师徒周游列国;邀请当地知名书法家现场教学，带领学生学习书法常识，练习书法;观看解谜、解题相关内容，学习体会古代数学的奥妙。此外，学习孔子“八德”思想和名人名家的家风家训。

  课程保障：整合校外资源，通过公开招标方式优化课程实施;通过致家长一封信告知家长研学旅行的时间安排、出行线路等信息，签订自愿报名参加研学课程协议;对学生进行安全教育，确定安全应急预案、安全保障措施;加强对承办旅行社服务承诺落实的监督。

  实施过程：下发研学手册，学生按照要求完成研学前期知识储备及研学过程中活动准备工作;以小组为单位探究合作，制定本小组组规;研学途中，学生身穿汉服，在教师引领下诵读《论语》;开展孔子及儒家思想相关知识竞答活动;实地参观曲阜六艺城，体验“六艺”;开展“儒家文化大讲堂”活动，采用故事讲述、现场交流等方式，让学生感受儒家文化;研学归来，完成研学手册，各班召开主题交流会，畅谈研学感受。

  课程评价：活动结束后，个人、班级、学校对活动进行全面总结，并写出总结报告。从课程目标的达成情况、课程实施过程的活动情况(遵守时间、爱护卫生、就餐礼仪、安全纪律、同伴关系)等方面对学生进行评价。评选出优秀研学手册、优秀小组和优秀个人，通过班会、学校微信平台、专题展览等形式进行展示。

材料3

  结对帮扶、下乡送课、亲近乡土、农耕体验……海东小学五(1)班50名学生在8位老师的带领下，参加了为期4天的“走进新农村·亲近乡土文化·体验农耕生活”主题研学旅行活动。师生们来到学校结对帮扶的石巷镇中心小学，赠送了一批文具和运动器材。在随后的几天里，两校学生一同上课，一起升旗、朗诵、跳舞、玩游戏，在零距离接触和玩耍中，建立起友谊的桥梁。上课之余，海东小学的学生们还随当地村民一起下地干农活——锄地种花生、下水田种莲藕、插秧。在村民们的指导下，孩子们有模有样地学起了种藕和插秧。满头大汗的小谢同学说：“插秧真的挺不容易的，农民伯伯种粮食很不容易，我现在才明白‘谁知盘中餐，粒粒皆辛苦’的意思，以后一定会好珍惜粮食的。”

  研学旅行中，学生们都借宿在石巷镇中心小学的学生宿舍里。在30平方米左右的大通铺上，每个宿舍都是20多名学生“同床共枕”，大家共用一个厕所和一间浴室。这些经历，都让同学们切身感受到山区小伙伴们生活学习条件的艰苦，他们纷纷表示要珍惜自己的幸福生活，努力学习，将来帮助山区小朋友改善环境。在整个研学过程中，学生们不仅亲近了乡土自然，体验了传统农耕方式，感受了农民劳作的辛苦和快乐，更学会了观察与思考，学会了做人与做事，收获了科学知识，收获了生活技能。

材料4

  “走进古都长安，我就好像走进了一段深刻的历史。了解了古代工匠制作兵马俑的详尽细节，又看到了现代考古人员对待修复工作的专注认真，我对历史又多了一分敬畏之情，在旅行中这种带着学习任务探究式的学习方式给了我更多的启示。”

  “西工大的航天研究真是令人叹为观止。自己亲手制作航模的过程更是令人回味——只有在一件事上专心致志的付出，才能成功;只有在一个方面用多元知识解决问题，才能有所突破。”

  “这次旅行，让我感触最深的是集体游戏时一位组长替组员受罚，即使双手颤抖也坚持做完多达一百多个的俯卧撑，这让我知道何为‘责任’、何为‘团队合作’。”

  这是D市实验中学几位初二同学在参加完“梦回唐朝·走近西安”研学旅行后写下的心得。在5天的研学活动中，学生们先后参观了陕西省历史博物馆、大雁塔、华清宫、陕西省科技馆等文化景点，参与了快乐作文赛、制作陶俑、丛林探险、模拟红军护送伤员翻越夹金山、穿越天网等一系列丰富有趣的拓展体验活动。一路走来，学生们或沉醉于历史博物馆的文化底蕴，或感慨于历史的兴衰荣辱，或沉浸于秦风唐韵等古文化的博大精深，或惊艳于科技馆的光华璀璨，赏美景、吃美食、观历史、品文化、学写作，紧张而充实。

  据校教务处丁主任介绍说，学校把研学旅行纳入了学生的课程体系，研学的内容本身就是课程的一部分，注重在生活中教育，在自然中教育，做到知行合一。此次研学旅行活动由多个不同学科老师共同设计，也充分汲取了学生家长们的意见，根据西安的城市特点，融入了语文、历史、英语、科学等多个学科的内容，除此之外，还加入了校外实践、拓展课程的部分内容。学生家长李女土作为家长代表全程参与了此次研学旅行。在她看来，这次活动真是让她大开眼界。“之前我也带过孩子来西安旅游，也参加过旅行社组织的游学项目，但和学校组织研学旅行的性质完全不同，孩子在旅行中主动地学习，掌握了很多书本以外的知识，也提高了生活自理能力。”

 材料5

  研学旅行的社会资源十分广泛，如红色教育基地、传统文化教育基地、祖国大好河山、工厂、农村、企业、学校等，都可以作为中小学的研学旅行基地。近几年，具有公众教育功能的博物馆，成为研学旅行的重要资源。国家文物局会同教育部也将博物馆及相关机构列入全国中小学生研学实践教育基地名单。多地博物馆为配合中小学开展研学旅行活动，加强资源整合，推出了一批研学旅行实践项目和精品课程。

  “史前工场”是X博物馆推出的大型青少年文化体验项目。活动以当地深厚的文化底蕴为依托，全方位、立体式地呈现了6000多年前半坡先民的生活画卷。“史前工场”设计有“钻木取火”“原始房屋搭建”“神奇的尖底瓶”等体验项目，内容丰富、形式新颖，集“参与性、互动性、体验性”于一体。经过精心设计和不断完善，“史前工场”现已成为X博物馆的品牌产品。为了积极配合全国各中小学的“研学旅行”活动，X博物馆门修建了“陶工场”，设计了以半坡陶艺为主题的系列研学活动——“陶醉六千年”，博物馆为此配备了指导老师及工作人员20余人，工具1000余套。此项研学活动包括原始音乐会、制埙小匠、陶器彩绘三个板块。“埙陶渐染体验式音乐会”将远古之声和陶器的素雅之美带回半坡;而在“制埙小匠”环节，博物馆的指导老师则以“听埙”为切入点，详细介绍了陶埙的产生和种类，然后让学生们借助模具自己动手完成一件埙乐器，并可带走作为留念。国家有关研学旅行的政策出台之后，X博物馆组织编制《研学接待手册》，对研学活动流程和内容做了翔实的介绍。与此同时，博物馆还与学校联合，有针对性地设计了一系列研学课程，遵从教育活动对象的年龄段特征，进行分众管理。为了解决接待量大的问题，博物馆成立了“研学旅行接待小组”，增添了活动道具，拓展了活动场地。不仅如此，博物馆还对团体参观活动实行预约报备管理，规定大致如下：学校自行组团的，直接发预约函进行预约，每批次不超过500人;如果研学团在馆内举行活动，须提前办理审批手续。为保持展厅内相对安静，减少对其他观众的干扰，禁止研学团在参观过程中使用麦克风。因博物馆的教育师资队伍有限，还联动社会力量完成对学生群体的服务。“请小朋友们一起来看看，龙形觥上的纹饰是什么动物呢?”S博物院“晋候霸业”展厅内，讲解员正在为20余位小学生讲解“青铜器上的小动物”。深入浅出的讲解，使原本略显枯燥的历史文化学习变成一种有趣的探秘“游戏”，深受孩子们的喜欢。据这里的工作人员介绍，这个讲解服务是专门为来博物院研学的小游客设置的，名字为“神奇动物在哪里”。讲解员除了为孩子们普及青铜器的知识外，还事先准备了连线题题板，题板的左边是动物，右边一列则写着青铜器的名字。“那些看上去高大上的青铜器身上有很多纹饰都是动物的图案，这与古人的宗教思想、祖先崇拜有关。”孩子们一边做着趣味连线题，一边听着将历史、人文、美学角度融为一体的讲解，在欢乐中学习，在互动中加深了对传统文化和历史的了解。在讲解员的带领下，孩子们还能亲手触摸青铜器的复制品。小朋友文文抱着龙形觥的盖子，摸着上面的纹饰，笑着告诉妈妈:“好美啊，古代人生活真讲究、真精致。”孩子们都用心体会着历史的厚重，感知着灿烂历史背后留存下的珍贵文化遗存。

  中国社会科学院陈教授认为：一个好的博物馆研学产品或课程，首先应该是一个“翻译者”，把展品用孩子们能听得懂的语言翻译出来;其次是一个“分享者”，把文物背后的故事和价值展示出来，并能让孩子们参与互动进行个人表达;最后还应该是一个“传递者”，为孩子传递出价值和情感、传递出展品代表的传统文化。研学旅行活动是中小学列入教学计划的内容，是学校教育的补充，也是博物馆陈列展览的延伸，在讲解和教育活动中增加和课本知识点的链接，充分发挥博物馆作为学校教育补充的特点。

  材料6

  “各位同学，橱窗里面陈列的是恐龙身体各个部位的化石，像头骨、方骨、上领骨、齿骨，这些都是恐龙头部的化石。齿骨是恐龙的牙床部分。请看这块齿骨，它长1.1米……”L市博物馆一位讲解员正在为前来参加研学活动的学生们讲解恐龙化石，但认真听的学生却不多。L市博物馆内，来此参加研学活动的中小学生挤满了各个展厅。一些展品橱窗前，观看的学生围了好几层，而在影音互动区，等候的学生排起了长队。“讲解太枯燥、太乏味了”“讲的内容网上都有，百度一下就知道了”“有的内容听不懂”“展品放在玻璃罩中，不能触碰、不能去亲手感受，人太多了，挤不进去……”不少学生吐槽。在展厅里，因对参观的内容没有兴趣而坐在展厅的地上打游戏、休息、聊天的学生确实不少，甚至还有人在展厅内打闹嬉戏……组织研学活动的一位老师抱怨道:“除了展品的陈列、展示、讲解千篇一律外，作为研学基地，博物馆根本没有提供专为学生研学服务的活动和课程，学生们来这就是走马观花的参观，这样的研学旅行对于学生来说作用不大。”

  博物馆的一名工作人员介绍，L市博物馆拥有各类展品400多件，是本市重要的中小学生研学旅行实践基地，一些机构和学校经常组织学生来馆里开展研学活动，周末和假期来搞活动的团队更多。我们馆的接待规模为每日3000人，但最忙的时候，一天的参观人数能达到6000人。作为研学基地，为了保证学生参观，经常在超过接待人数的情况下开放。数量众多的学生涌入博物馆，很容易出现部分展厅人员拥堵、环境嘈杂等问题，有时还严重影响其他观众参观，学校开展的研学活动给展厅的日常管理增大了难度。我们的志愿者、讲解员和工作人员的工作量成倍增加，能完成现在的讲解、保证正常开放就很不容易了，根本没有精力去开发专门针对中小学生群体的研学课程。

材料7

  某小学合唱团出国参加第九届世界合唱比赛并获得银奖。学校为充分运用这次难得的机会，特意将参赛和研学旅行结合起来，让学生们在参赛学习的同时，还能领略外国文化。合唱团学生在完成比赛以后，在老师的带领下参观当地博物馆、游览异国风光。在孩子们骄傲于自己所取得的成绩，陶醉于异国他乡美景的同时，带队校长因为孩子们身上暴露出的问题，而产生深深担忧和无奈。旅行中，校长发现，有些孩子出门就跑，不懂得抬头看人看路，冲上公交车还会大声喧哗，不懂得给需要的人让座。有的孩子吃自助餐取的很多，吃不了，就扔掉。一些孩子比较自私，生活、学习中从来不会主动帮助年龄小的、行李多的、身体不舒服的同学，即便是老师指定，也是百般的不情愿，甚至直到最后也没有完成。一路上，因怕孩子想家，老师管理着、帮扶着、照顾着，孩子们玩得很开心，但在打给爸妈的电话时翻脸比翻书还快，不仅喊累，还说老师不帮自己，撒娇、矫情，甚至撒谎，对老师的辛苦付出只字不提，缺少基本的感恩。就音乐特长而言，这些孩子确实是出色的，但在其他方面，这些孩子还欠缺很多。孔子曾论及“成人”之学。他认为，“成人”品格包括“知”“不欲”“勇”“艺”和“文”，“成人”的行动准则是“见利思义，见危授命，久要不忘平生之言。”就是说，“成人”不等于“成年人”，而是成熟的、完全的人格。哲学家杜教授指出：“学做人，必然牵涉他者，如家庭、群体、民族、社会、国家、宇宙。从生物人到文化人、文明人、政治人、经济人、生态人，等等，包括各种人物角色的转换，人始终处在转化和被转化、塑造和被塑造的变化过程之中。成人不仅是目标，更是过程。”

  李嘉诚在一次演讲中提到：“见闻决定思想，思想决定行为，行为决定习惯，习惯决定性格，性格决定命运。见闻就是你看到什么，听到什么，想到和悟到什么。‘读万卷书，行万里路’强调行中去悟，实践中学，学以致用。见闻多了，格局才会大，成就才会大。”

（一）根据“ 给定资料1~4”，概括目前我国中小学开展研学旅行活动的特点。（20分）

要求：全面、准确、有条理，不超过200字。

**特点有：①政策保障。国家及各地政府出台相关政策，规范流程，建立体系。②内容丰富，注重效果。活动方案完善，将历史、科技、实践等多方面多学科融入形式多样的活动，增加孩子体验感并设有活动反馈。③注重培养学生综合实践能力和创新能力。通过让学生亲身经历，启发学生学习和思考，增强道德观念，责任意识。④安全保障。整合校外资源优化课程实施，告知家长研学旅行信息，做好安全应急预案、安全保障措施并监督旅行社服务落实。**

（二）“给定资料6”中，作为中小学研学基地的L市博物馆还存在许多问题。假如你是L市博物馆的工作人员，请你参考“给定资料5~6”，针对性地提出一份整改意见，供领导参考。（30分）

要求：内容全面，有针对性，条理清楚，语言流畅，不超过400字。

**关于L 市博物馆开展中小学研学旅行的整改意见  
  我馆作为配合中小学开展研学旅行活动的重要基地之一，仍面临活动讲解方式单一且缺乏针对性、工作人员少等难题。为更好地实现博物馆的公众教育功能，特提出整改意见如下：  
一、打造品牌产品。结合L市文化底蕴，推出内容丰富、形式新颖的大型青少年文化体验项目，将“参与性、互动性、体验性”融于一体。二、提升讲解水平。基于年龄段特征，设计系列主题研学课程，实现分众管理。以实物教具进行展示、模拟，将历史、人文、美学角度融为一体，增强讲解趣味性和互动性，传递价值、情感和传统文化。三、完善接待管理机制。成立接待小组，编制接待手册，介绍活动流程和内容，推行参观预约和馆内活动提前审批机制，实现分流错峰。禁止研学团馆内使用麦克风。四、加大人员、设施配备。强化投入，为活动配备专业指导老师、工作人员、教具，拓展活动场地。联动社会力量，充实教育师资队伍。**

（三）从给定资料出发，联系实际，以“学以‘成人’”为题目，写一篇议论文。（50分）

要求：（1）观点明确，见解深刻；（2）思路清晰，结构严谨；（3）语言流畅，书写工整；（4）总字数800~1000字。

学以“成人”

中国自古以来就有“修身齐家治国平天下”的理念，无论是修身、齐家、治国还是平天下，都离不开“学”。诚如《论语》有言“不学礼，无以立”，可以说“学”是“成人”的必要条件。近年来，各地把“研学旅行”纳入学校教育教学，注重培养孩子的认识问题、分析问题、处理问题等能力，实现“学以‘成人’”的目的。

“研学旅行”固然是开拓孩子眼界，提高孩子生活自理能力的重要创举，但不容忽视的是，由于认识和条件上的限制，我国“研学旅行”相关的配套机制还不完善，不少地区、学校组织的研学旅行活动都出现了只重讲解、填鸭式灌输知识、形式上千篇一律等问题，忽视了引导学生开展实践等关键环节，不仅让研学的作用变得微乎其微，浪费了大量的社会资源，也不利于孩子的成长和社会的良性发展。

无论是研学，还是学校的教学，亦或者平时的学习，都应价值导向清晰、目标明确，更加注重内容和实效，避免流于形式。孔子在论及“成人”之学时认为，“成人”品格包括“知”“不欲”“勇”“艺”和“文”，“成人”的行动准则是“见利思义，见危授命，久要不忘平生之言。”这就意味着学以“成人”要完成从生物人到文化人、文明人、政治人、经济人、生态人等各种人物角色的转换。为此，一方面应进一步完善学校教育、研学旅行的引导机制，注重引导学生在实践中学，注重培养孩子的独立思考能力;另一方面应加强社会引导，在全社会弘扬乐善好学、静以修身等学习主张，让爱学习、爱思考等成为全社会的自觉行动，建设“书香型社会”“学习型社会”，为个人成长、经济社会发展注入强劲动力。

知者行之始，行者知之成。在求学的道路上只有做到知行合一，学为行用、行为学体，做孜孜不倦的学习者，做起而行之的行动者，才能破解“知易行难”等困境，实现知识与做人的相辅相成。“为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平。”新时代的年轻人应敢于立时代之潮头、通古今之变化、发思想之先声，担负起历史赋予的光荣使命，助力中国更加强盛。

材料1

  教育部统计数据显示，从1978年到2017年底，我国出国留学人员回国人数稳步提升，高层次人才回流趋势明显。改革开放40年来，各类出国留学人员累计已达519.49万人，有共计313.20万名留学生在完成学业后选择回国发展，占已完成学业留学生人数的83.73%，形成了大规模的留学人才“归国潮”。

  2000年谭亮前往美国求学，在华盛顿大学获得博士学位，研究方向是分布式和云计算，毕业后在硅谷从事过电信、能源、医疗等行业的技术研发工作，后加盟一家著名的国际金融互联网公司。在与国内互联网金融界人士接触的过程中，谭亮发现国内这个领域的发展甚至比美国还要火。于是，他开始关注国内互联网金融的发展，并最终决定回国创业。事实上，像谭亮这样具有海外名校科研背景的青年人才，有不少人正是看中了国内的广阔前景和开放环境才选择回国。在2008年《政府工作报告》中，“建设创新型国家”的政策就引起了包括广大留学生在内的全体民众的关注，其中“鼓励海外留学人员回国创新创业，拓宽外国人才来华绿色通道”的表述让已然身在海外留学的莘莘学子心生期待。在谭亮看来，中国的金融市场虽不及美国那么发达，针对个人和小微企业的金融服务市场几乎是空白，但这对相关从业人员来说恰恰意味着发展机遇。另外，从个人角度来说，在美国多年留学和工作经历也让他产生了一些倦怠感。他渴望面临新的挑战，获得更大的发展空间。

  随着我国综合国力的不断增强，越来越多的外国专家愿意来华工作和定居。图多尔·拉提乌来自瑞士，是一名数学学者。他第一次来中国是在1987年，当时在北京大学做研究，他喜爱中国的美食和自然环境，与中国结下了不解之缘。图多尔·拉提乌目前是上海交通大学数学科学学院讲席教授、国际化示范学院副院长。“刚来这里时，学校的科研环境让我吃惊，这里太棒了。”图多尔·拉提乌说。上海交大提供了良好的学术环境和生活环境，对于那些潜心做研究的学者来说，这是最重要的砝码之一。据福布斯发布的《2018全球人才流动和资产配置趋势》显示，到2022年，中国将成为国际人才环流中的一个交换性枢纽节点。

材料2

  乡村要振兴，就要改变人才由农村向城市单向流动的局面，让曾经“走出去”的人员“走回来”，实现人才“逆城镇流动”，把在城市里积累的经验、技术以及资金带回本土，造福乡梓。

  张圣伟，一个从D县吉家庄走出去的年轻人，在他37岁时对人生又做了一次选择。这次，他离开打拼14年的大城市，放弃一家大型企业车间主任的职位，又回到了生他养他的小山村。2016年，张圣伟带领6名本乡青年返乡创业，成立吉家庄中心村农牧专业合作社，以每亩800元的高价流转吉家庄村1500亩土地种植黄花。目前，该合作社已带动全乡农民种植黄花8000多亩，创办“吉家山水”等黄花品牌，并且创建吉家庄富硒杂粮品牌，为全乡农民脱贫致富作出榜样。张圣伟说：“我回来，是因为我看到县里为动员农民种植黄花出台了很多优惠政策，觉得更有机会干出一番事业。”

  2018年4月6日，Y县大邑乡“幸福公社”的画面出现在中央电视台《新闻联播》的播报当中。看到这一幕，幸福公社项目副总经理陈哲为之兴奋不已，当即在朋友圈转发了消息。大邑乡“幸福公社”为人才提供空间和平台，通过参与大邑新农村建设，整合了一批设计团队下乡，包括建筑、材料、内装、品牌，通过“设计+”的模式，让设计团队“安居乐业”。

  作为一名室内建筑设计师，刘红最近很忙，除了忙一些民宿的设计，她还与团队完成了一件对于大邑乡村振兴颇为重要的大事——大邑田园综合体景观设计。在大邑乡“幸福公社”里，已经有10位像刘红一样的95后设计师在此安家。“我们从城市回到农村，开始创业。用设计推动乡村发展，吸引了大量有情怀的城市人群下乡，力求为传统的乡村带来更多的活力和幸福。”刘红说。

  李家台村是江西省扶贫重点村，村里主要以传统种植业、养殖业和劳务输出为主。2017年，李家台村迎来了一位“新成员”。这位“新成员”是原中核集团党组成员、总会计师刘豆罗。在李家台村，刘豆罗的头衔是新农村建设总顾问。上任以来，刘豆罗按照“先村容，后文化，再产业”的步骤一步步推进新农村建设。目前李家台村基本形成“树绕村庄，水满陂塘”的村容村貌，敬老爱幼、文明礼让、邻里和睦的孝悌文化，以农耕文化、民俗风情为特色的乡村旅游产业。“古村神韵，田园稻香，塘中莲藕，山间鹭翔，农家饭菜，湖边泳场。”为了心目中的美丽乡村，刘豆罗这位新乡贤还在继续努力着。全国人大代表、中国社科院研究员钱孙念认为，继承中国传统的乡贤文化，鼓励有志回到农村发挥余热的离退休干部“告老还乡”，不仅可以实现宝贵人才资源从乡村流出到返回乡村的良性循环，而且有利于城乡可持续协调发展，是农村发展之幸，社会发展之幸。

 材料3

  曾几何时，“逃离北上广”成为一个流行口号。越来越多的人才向更加宜居的二、三线城市“流动”，同时心态上多了些深思熟虑的“放弃，”少了些“逃离”的悲情。在同济大学，选择“逃离北上广”的不止贾宝印一人，他导师所带的13个博士生中，只有一人留在了上海，其他人都选择到别的城市发展。同样是同济大学的博士，迟洋本身就是吉林人，在同济大学主攻隧道专业多年之后，也选择回到家乡工作。除了考虑在父母身边，也对未来二线城市的建设有着自己的抱负。“职业发展前景是学生就业中最看重的要素。”T市社科院社会学研究所所长接受采访时指出，由于一线城市人才饱和、生活成本过高，不少毕业生都选择了到二、三线城市就业，一方面可以获得更多的晋升空间，另一方面也可以服务家乡。

  一首赵雷的《成都》道尽了成都休闲文艺的生活方式，在一线城市打拼的人，长久以来在一种高度紧张、快节奏的状态中，自然对这样一种生活充满了向往。在上海待了近十年后，李洋决定跳出熟悉的跨国公司工作模式，回到家乡成都创业。“感觉在外企不是长久的事情，成都的生活节奏、营商环境以及社交网络，都深深地吸引我回乡创业。”据他所知，在大型企业或科研机构担任骨干、有国外工作和管理经验的“回流入川人才”不在少数。在曾经迷恋“北上广”的高端人才中，如今流行的是更为务实的“恋川”情结。孔雀西筑巢，其人才“回流”之势，日渐明晰，且已具“汇流”之势。

材料4

  H科技有限公司是J市一家软件服务类企业，目前公司最大的困境不是资金问题，而是无法留在人才。去年公司招了3个应届毕业生，一开始先跟着技术大咖做项目，给出的月薪在7000元左右。经过一年多的学习和培训，员工具备了独立解决问题和进行技术推广的能力。然而招来的三个人走了两个，都跑到“北上广深”的大企业了，剩下的一个也有走的想法。公司总经理王俊永说：“初创期公司，本身就处于企业成长生态链里的弱势地位，难以寻觅对公司文化认可度高的人才。公司好不容易招到匹配的人才，经过后期的培养机制，可以胜任工作了，但也开始萌生跳槽到待遇更丰厚企业的念头。人员的频繁变动直接影响了项目的进展。”

  20年前，陈飞进入一家国有煤企，只有中专文化的他牢记老父亲“手里没得艺，挑断箩筐系”的谆谆教导，也坚信“艺多不压身”的道理。他勤学电钳知识，练就了低、高压电工和维修电工等多种技能，成为企业有名的多面手和技术拔尖人才。然而在陈飞为企业效力期间，多面手的特长让他引以为傲的同时又深感困惑。陈飞干了20年电钳工，顶着“土专家”光环的他，还只是在企业内的操作岗位，薪酬待遇与管理岗位存在巨大的差距。“现在，企业里的工资分配制度还是‘大锅饭’居多，拼职称，讲学历。像我这样的人平日里都扎在现场，哪有时间写论文，评职称?转不了管理岗位，评不上职称，工资收入确实太低了，养活一家人都困难。”在陈飞看来，转不上管理岗，如果能从工资待遇上给予倾斜，也是不错的办法。可是，对他这样的“土专家”，企业并没有明确的提高工资待遇的规定。付出这么多却看不到上升的希望，让陈飞做出了另觅高枝的决定。

  经济学专业毕业的小李在短短两年的时间里，已经先后从事了文秘、银行柜员、证券公司职员三份工作，最近他又想跳槽到一家财经类报纸做记者。小李每次辞职换工作的理由都不大一样。第一次是觉得文秘工作太稳定，不太适合刚毕业的大学生，怕自己年轻时的锐气一点点被销蚀掉了。第二次是感觉银行压力太大，很难得到晋升。第三次跳槽的理由是与新同事相处不够融洽，希望换个新环境。据最新发布的《2018年就业蓝皮书》显示，职场人员流动呈现出代际特征。90后具有明显不同于70后和80后的职场特点，其离职率也明显提高。70后的第一份工作平均超过4年才换，80后则是3年半，到90后骤降到19个月，95后更是仅仅在职7个月就选择辞职。全国政协委员、中国青少年研究中心主任韩民指出，90后这代人是数字时代成长起来的“数字原住民”，他们普遍具有开放、自由、平等、分享、透明的多元精神和职场价值观，对于企业的依赖性和忠诚度较70后职场前辈明显下降。

 材料5

  每年春节过后是传统的用工旺季，从沿海到中西部地区，诸多企业都面临“开工难”的问题。而M家居品公司在正月初八复工当天，返岗率就达到了93%，一季度喜迎“开门红”。M家居品公司是如何留住员工的呢?

  M家居品公司总经理助理刘建堂说：“我们提供的薪酬在同行业中不是最高的，有的家具厂为了吸引人才，开出的薪酬比我们还要高，但公司全方位关爱员工，想员工之所想，他们就不会轻易动摇。”他用一个小例子来佐证自己的观点。去年，该公司有三名员工享受了公司安排的国外8日游，让其他公司员工艳羡不已，只有该公司的员工明白这背后的故事——这三人都是公司的“改善之王”。“一个很小的改善，比如说把零件加工效率缩短一分钟，对公司就是巨大的进步，在精益管理中，员工这种行为都要鼓励。”刘建堂说。一个目标，吸引一群人;一种文化，凝聚一群人。在该公司，十年以上工龄员工的占比很高，甚至有些员工

  工龄超过二十年，这一现象在民营企业还真不多见。正如屠呦呦说：“不要去追一匹马，你用追马的时间去种草，待春暖花开时，能吸引一批骏马来供你选择。”

  日本企业以员工对公司的高度忠诚闻名。日本企业是如何让员工做到所谓“士为知己者死”呢?最大的秘诀就在于员工“被信任”。这里特别要提到的，不是只有管理人员“被信任”“被重用”，日本企业的基本观念是“信任人”。正是因为企业有着信任、尊重员工的思维方式，员工也没有辜负企业的厚望，不仅竭尽全力地完成好自己的工作，而且树立了一种对所做的事和生产的产品精雕细琢的工匠精神。日本制造业的很多匠人都崇尚对精品的坚持和追求，他们一辈子坚守一个岗位，只做一件事情，很多人在退休后仍继续坚持工作。梅原胜彦从1980年到现在始终在做一个小玩意——弹簧夹头，是自动车床中夹住切削对象，使其一边旋转一边切削的部件。梅原胜彦所在的公司在证券交易所上市时连老板在内仅有13个人，但公司每天平均有500件订货，拥有着1.3万家国外客户，它的超硬弹簧夹头在日本市场上的占有率高达60%。

材料6

  L大学是位于西部地区的一所教育部直属的全国重点综合性大学。2016年开始，L大学摆脱人才流动“只出不进”的局面，实现高层次人才回流。

  筑巢引凤，凤来了如何“留得住”“干得好”?“好多高层次人才并不是特别看重待遇怎么样，而是需要有一个能发挥学术专长的平台。”L大学人事处处长陈雁玲如是说。草地农业生态系统国家重点实验室主任贺金平教授说：“感情、平台、事业，这是我回母校工作的原因。对母校、恩师的感怀之情难以割舍;L大学草业学科排名全国第一，加上草地农业生态系统国家重点实验室这个平台，足以让人羡慕;在草业研究领域，广袤的西部有优势，所以，我的事业在西部。”美国杜克大学的詹姆斯·雷诺兹教授，是干旱生态领域世界顶级专家。目前是L大学“外专千人计划”引智计划入选专家。他与L大学干旱农业生态研究所建立了长期密切的合作关系，不仅联合培养博士研究生、长期为在校研究生开设气候变化生态模型课程，还协助多名青年教师开展科研工作。除此以外，雷诺兹教授每年会来L大学开展学术交流，举办学术讲座1～2次。对于海外高层次人才，L大学的策略是“不求所有、但求所用，不求常在、但求常来，不图虚名、注重实效”。为了留住人才，L大学每年遴选出50名优秀中青年骨干教师，以优厚的资助条件派到世界排名前100位的高校或国际著名学术大师的科研团队进行1～2年的学习深造，用心培养自己的人才，为其迅速成长、尽快脱颖而出提供机会。与此同时，L大学还推出了集健康体检、学术休假、子女教育等各类服务于一体的“人才优享卡”，实施针对人才教育、医疗、文化保障的“暖心”工程，不仅要让远方的“客人”高高兴兴留下来，而且要让本地的“主人”心情舒畅干起来，让他们施展才华有舞台、发挥作用有平台、干出成绩能够上奖台，真正营造出“近者悦，远者来”的良好人才环境。

材料7

  “问渠哪得清如许，为有源头活水来。”古人早已发现，流水不腐，户枢不蠹。水不流动无以成河流大川、瀑布美景。而在现代社会中，任何事物，包括土地、生产技术、人力、货币、观念等有形或无形的要素，都需要在流动中才能创造出更多、更大的价值。“一切皆流，无物常住。”社会的流动性增加了人们选择的多样性，但也有一些人不惧枯燥和漫长，一生只做一件事。在铅字印刷和电子排版的时代，大半辈子拣字块、排版，亲手在书页里留下墨香，王超辉坚守着修谱师的职业;一个人、一匹马、一个箱，用一生的脚步踏出一条架在山区里的绿色邮政通道，王顺友感动了神州大地。这些人用实践验证了：一事精致，从一而终，便已动人。

  在一个选择日益多元的时代，良禽择木而栖是一个人的权利。一个人可以选择领略不同的人生风景，也可以选择一辈子只做一件事。求新求变的同时，也不应摒弃传统智慧和价值理念。崇山峻岭是人生的风采，一平如砥也无可非议，曲水流觞和大河奔腾并存，才是人生真正的景致。

1. 根据“给定资料1 ～3” ，概括当前我国人才回流的具体表现。（20 分）

要求：概括准确，内容全面；条理清晰，语言简洁；不超过200字。

**表现有：①留学生回国发展。留学生因国内的广阔前景和开放环境回国发展，数量占已完成学业留学生人数的83.73%。②人才回乡发展。人才从城市回到农村创业，用设计推动乡村发展，把在城市里积累的经验、技术以及资金带回本土，造福乡梓。③人才回二三线城市工作。苦于一线城市人才饱和、生活成本过高，加上职业发展前景成为就业中最看重的要素，去二三线城市获得更多的晋升空间、服务家乡，秉持着自己的抱负，更多的人恋川回川。**

（二）根据“给定资料4 ～6” ，你认为采取哪些措施可以为企事业单位更好地留住人才？（30 分）

要求：措施得当，操作性强；思路清晰，语言简洁；不超过500字。

许多企事业单位在发展中都存在人才来不了、留不住、发挥不了价值等困境，对此可采取以下措施：1.出台科学的薪酬待遇制度。打破“大锅饭”式的工资分配制度，不以职称、学历为唯一标准，对技术拔尖、专业能力强的人才给予工资待遇倾斜，并畅通职业上升渠道。2.增强单位与员工的情感维系。全方位关爱员工，尊重员工的自由、个性等多元精神和价值观。3.实行精益管理、信任员工。鼓励员工爱岗敬业、积极创新，弘扬工匠精神，崇尚对精品的坚持和追求，营造良好的企业文化环境。4.提供发挥价值的优秀平台。增强企事业单位的自身实力，为员工提供能发挥学术专长的平台。5.采取科学合理的人才策略。引进有实用、有实效的人才，与专家及相应人才建立长期密切合作关系，开展学术交流、讲座等活动。6.关注员工的成长和发展。遴选优秀员工，提供优厚的资助条件，鼓励人才前往优秀高校和科研团队中学习深造，创造快速成长、脱颖而出创造机会。7.在生活方面关心员工。出台健康体检、学术休假、子女教育等配套优惠政策，落实教育、医疗等保障工程，消除工作的后顾之忧。【450字】

（三）“给定资料7” 中划线句子提到“一个人可以选择领略不同的人生风景，也可以选择一辈子只做一件事。”请根据你对这句话的理解，结合给定资料，联系实际，以“ 流与留” 为主题，自选角度，自拟题目，写一篇议论文。（50 分）

要求：（1）观点明确，立意深刻；（2）逻辑清晰，结构严谨；（3）语言流畅，书写工整；（4）限800～1000字。

理清人才的留与流 让时代发展更有力

功以才成，业由才广。人才是创新的根基，是新时期的第一资源，决定着发展的进程和力量。从知识青年上山下乡，到改革开放后数以亿计的农民背上行囊到城市务工，再到当下广大大学毕业生放弃城市中优厚的条件，在乡村振兴中展现自我的才能，人才的留与流描绘了一幅幅动人的画卷。新时期下，只有进一步理顺留与流的关系，才能真正发挥好人才对事业、经济社会发展的关键力量。

留，是实现乡村振兴的需要。俗话说，“火车跑得快，全靠车头带”，乡村要振兴，关键在人才。从农村、基层的发展情况看，广大的基层干部、农民朋友并不缺干劲，相反发展的动力很足、意愿很强，却往往受限于缺乏专业的知识和经验，往往用了大力气却收效甚微。只有引进人才、留住人才，才能创造新的机遇。如某村以种植黄桃为主要产业，连续好几年都大丰收，但因为交通不便、缺少保鲜技术，频频陷入“桃丰伤农”的困境。去年，村里的大学生C毕业后回到了家乡，他带领村干部跑市场、谈业务，不仅打通了黄桃的网络销售渠道，且与某罐头厂签订了保鲜、加工等合同，仅一年就为村民带来了80万的收入。可见，农村一样可以建功立业，引进人才、留住人才不仅是乡村振兴的需要，也是时代发展的大势所趋。

流，是激发人才活力、创造力的必然。古人说“生于忧患死于安乐”，人一旦安于现状或缺少外界的刺激，就容易失去动力、变得平庸。正如水只有流动起来，才能避免沦为死水，人才也只有流动，才能焕发勃勃生机。而且，一个人再强也需要交流和沟通，有交流才有融合，有沟通才有进一步的创造。于是我们看到，不少地方政府、企事业单位都会遴选优秀人才，将其派遣到国内外的优秀单位、团队进行深造，既为人才的进一步发展创造了条件，也为留下人才扫除了后顾之忧。只有尊重人才科学流动的规律，为人才合理流动创造必要的制度、环境，才能让人才的活水充分涌流，让发展的后劲澎湃强劲。

“知其事而不度其时则败，附其时而不失其称则成。”人才工作不能一概而论，只有充分理顺留和流的关系，审时度势、顺势而为，给予广大青年自由选择的机会，让曲水流觞和大河奔腾并存，才能真正发挥人才的价值，开创更璀璨美好的未来。

材料1

  网络宽带提速、三网融合、智能终端设备普及……短短十几年，互联网应用场景已被极大拓宽，移动互联时代，屏幕已成为现代人不可或缺的信息“看板”，细化的信息消费产品也正被商业开发者精耕细作。职场、健康、法律……在各种专业领域有了困惑怎么办?以前，人们需要通过各种途径，寻找专业人士帮助，现在，随着互联网上“知识分享”商业模式的逐渐成熟，这一过程被大大简化了。自2016年以来，涌现出许多新的知识付费产品，具有付费咨询、付费音频、付费课程、有偿问答等功能的在行、知乎、分答、喜马拉雅等知识分享平台纷纷出现，涵盖了文字、音频、视频、O2O等多种形式，开启了以“知识”作为贩卖物

  的有偿共享经济模式。利用数字家庭设备点播节目、购买娱乐软件，以移动支付购买慕课(MOOC，大规模开放的在线课程)产品学习名校课程，在线付费学习……多样的移动支付手段，便捷的支付通道，使得信息可以在几秒钟内实现“变现”。在信息时代，消费者从源头开始满足自身需求，想拥有更大的主导权，深度参与到信息消费过程的流程设计中。

材料2

  “免费”一直是互联网领域的通行准则，但到了2016年，这一准则被打破。三年前，有新电影上映，许多人会在网络上寻找高清版;三年后，看电影的场所转移到了电影院或视频正版网站上，交几十块钱买个会员就可以观看。三年前，想看书，会在搜索引擎上找最新章节，忍受错字百出的手打盗版;三年后，Kindle、多看、微信阅读广泛流行，一个月花几十块钱，就可以看到许多排版精美的正版小说。三年前，到处都是免费音乐，花钱下载被人认为是“傻子”;三年后，交几块钱就能成为会员，音乐无限畅听。三年前，在线教育收费很难，只能通过免费的讲课视频，将线上的流量引到线下去收费;三年后，线上看收费的课程，已经成了一种习惯。从习惯免费到接受付费，只用了三年。

  艾瑞咨询发布的《2016年中国网络新媒体用户研究报告》显示，33.8%的新媒体用户已经产生过数字信息的付费行为，15.6%的用户有进行付费的意愿但还没有付费行为，50.6%的用户不愿意也不打算为新媒体内容付费。相比2014年，不愿意为新媒体内容付费的用户在减少。

  2016年企鹅智酷通过网络进行调查，发布了《知识付费经济报告》。报告显示：有55.3%的网友有过知识付费行为，其中订阅付费资讯或付费下载资料的人占50.3%。在有过知识付费行为的消费者中，38%表示体验满意，还会尝试;49.7%表示一般;12.3%表示不满意，对于付费得到的内容自己本可以找到免费的途径来获取。从消费者为知识付费的主要驱动力来看，首要驱动力是“获得针对性的专业知识或见解”，其次是节约时间和精力成本以及积累经验提升自我。从消费者的付费内容偏好来看，“能提高工作效率或收入的知识和经验”最被认可，有63.3%的人有意愿付费，其次是职业与学业的发展建议;从消费者对于内容提供主体的偏好来看，48%的人没有特别偏好，会根据付费内容和价格进行权衡，知名权威的教育机构、专家、大V和事业成功的企业家是消费者较为认可的付费内容提供者。

  财经作家吴教授认为，知识付费从本质上看是消费升级的必然结果，是信息分享市场的供给侧改革。互联网时代尤其是自媒体兴起以后，信息实际上是过量的，很多信息虽然是免费的，但信息密度低、营养价值低，用户要消耗的时间成本很高。人们越来越愿意通过付费快速获取系统化、结构化的知识。但内容产品不像实体商品。“一千个读者眼中有一千个哈姆雷特”，很多消费者无法衡量自己的付出与得到是否对等。

材料2

  “免费”一直是互联网领域的通行准则，但到了2016年，这一准则被打破。三年前，有新电影上映，许多人会在网络上寻找高清版;三年后，看电影的场所转移到了电影院或视频正版网站上，交几十块钱买个会员就可以观看。三年前，想看书，会在搜索引擎上找最新章节，忍受错字百出的手打盗版;三年后，Kindle、多看、微信阅读广泛流行，一个月花几十块钱，就可以看到许多排版精美的正版小说。三年前，到处都是免费音乐，花钱下载被人认为是“傻子”;三年后，交几块钱就能成为会员，音乐无限畅听。三年前，在线教育收费很难，只能通过免费的讲课视频，将线上的流量引到线下去收费;三年后，线上看收费的课程，已经成了一种习惯。从习惯免费到接受付费，只用了三年。

  艾瑞咨询发布的《2016年中国网络新媒体用户研究报告》显示，33.8%的新媒体用户已经产生过数字信息的付费行为，15.6%的用户有进行付费的意愿但还没有付费行为，50.6%的用户不愿意也不打算为新媒体内容付费。相比2014年，不愿意为新媒体内容付费的用户在减少。

  2016年企鹅智酷通过网络进行调查，发布了《知识付费经济报告》。报告显示：有55.3%的网友有过知识付费行为，其中订阅付费资讯或付费下载资料的人占50.3%。在有过知识付费行为的消费者中，38%表示体验满意，还会尝试;49.7%表示一般;12.3%表示不满意，对于付费得到的内容自己本可以找到免费的途径来获取。从消费者为知识付费的主要驱动力来看，首要驱动力是“获得针对性的专业知识或见解”，其次是节约时间和精力成本以及积累经验提升自我。从消费者的付费内容偏好来看，“能提高工作效率或收入的知识和经验”最被认可，有63.3%的人有意愿付费，其次是职业与学业的发展建议;从消费者对于内容提供主体的偏好来看，48%的人没有特别偏好，会根据付费内容和价格进行权衡，知名权威的教育机构、专家、大V和事业成功的企业家是消费者较为认可的付费内容提供者。

  财经作家吴教授认为，知识付费从本质上看是消费升级的必然结果，是信息分享市场的供给侧改革。互联网时代尤其是自媒体兴起以后，信息实际上是过量的，很多信息虽然是免费的，但信息密度低、营养价值低，用户要消耗的时间成本很高。人们越来越愿意通过付费快速获取系统化、结构化的知识。但内容产品不像实体商品。“一千个读者眼中有一千个哈姆雷特”，很多消费者无法衡量自己的付出与得到是否对等。

  材料4

  2016年，两家互联网公司相继推出新产品——“分答”和“知乎Live”付费问答应用，瞬间“引爆”市场并得到社会高度关注，众多互联网用户入驻这些应用平台。

  “分答”，采用60秒在线付费语音问答+提问分成的模式，产品遵循一对一原则，所有人都可以向行家提问，行家会为答案定价，并且在60秒语音内回答完毕。提问者则选择感兴趣的人直接提问并支付相应的回答费，偷听者支付1元听自己感兴趣的内容。据不完全统计，平台上的答主基本都是各行业专业人士，如医学专家、教育精英、职场导师、科研科普工作者等。分答创始人介绍，越来越多的人已经不满足于一搜即得的通用化、公共化知识，60秒语言回复，不但满足了人们对知识的定制化需求，更提供了有情感力的回答，向特定群体传递有价值的知识与见解，打造垂直化、个性化的知识服务，往往信息更有效、视角更独特、思考更深入。

  “知乎Live”，产品遵循“一对多”的原则，每场Live有一个特定主题，在播出前通知推送到知乎客户端首页。在某领域有专业积累或擅长的用户将成为分享者，分享者会在特定时间段内开启Live群聊，加入群的听众可以以文字形式提出问题，分享者用语音实时答疑解惑。每场直播都有人数限制，听众需要购票进入，门票由分享者自主定价。2017年5月，知乎Live推出“7天无理由退款”功能，即用户购买的知乎Live结束7天内，如果收听语音没有超过15条，就可以无理由退款。知乎Live还推出为优质内容给予流量补贴、升级评价系统，提供高效的版权服务等，开始探索优胜劣汰的市场机制。知乎联合创始人表示，“知乎希望通过探索市场机制逐步打造一个平台、讲者、知识消费者共赢的良性生态圈，实现知识市场的长远健康发展。”

材料5

  “KJ”是北京M视讯传媒科技有限公司推出的视频产品，由前央视编导团队制作，北京师范大学历史学院教授担任历史顾问。其内容主要关注历史人文、自然地理、文化风俗等领域，每期节目时间3分钟左右，向用户普及历史文化知识。“KJ”团队于2015年6月正式成立，2015年10月正式上线今日头条、腾讯视频和微信公众号，此后保持每日更新。2015年11月“KJ”同名App同步上线应用市场，并陆续在爱奇艺、优酷等50余家平台上线。2016年12月，“KJ”App上线《优雅集》《西域列国传》等付费视频节目，在喜马拉雅上线《铭知故问》音频付费节目。没有低俗内容的炒作，没有所谓网红的带动，凭借屡次突破千万级播放量的3分钟短视频，“KJ”被认为是“最棒的互联网历史短视频”生产者。

  “KJ”拥有4个风格不同的产品线，以有趣、有用为出发点，用户既可以在观看过程中得到愉悦的满足，也可以真正学到科学系统性的知识。历史揭秘系列的《KJ大揭秘》，旨在揭秘解密历史中鲜为人知的真相，厘清逻辑，消除普通人对历史细节的谬误;趣味科普系列的《KJ100秒》，用100秒时间讲解历史文化知识，纵向贯穿各朝代、横向覆盖同一朝代不同国家或不同地域，如《100秒看中国版图千年变化》《100秒看女子服饰变化》等;脱口秀系列的《KJ说》，邀请北大、北师大等名校教授讲解，深入剖析历史话题，以史为鉴，从历史引导出文化、心理、管理等论题，如《王开玺说慈禧》系列;地理人文系列的《KJ地理》，是独立于其他历史系列节目的单独品牌，打造地理文化旅游产品，拍摄中国历史文化遗迹、景区等。

  “KJ”选题有“裂度”和“深度”两个维度。裂度是指“熟悉领域的陌生信息”，这两者之间的分裂度越大越有传播性，以此做的选题反响火爆;深度上，往往会将一个选题深挖至少三个层次，以此给观众带来更独特深入的视角，保证优质内容的持续输出。

  “KJ”购买了大量央视及其它机构出品的顶尖纪录片，和一些制作机构敲定了几千小时的高质量纪录片合作，拥有巨量优质内容的版权。一方面可以为持续产出优质的内容提供基础性素材，降低运营成本，另一方面，这些版权的价值会随着社会版权意识的提高，日渐形成独一无二的竞争优势。

  “KJ”技术团队不但以用户第一视角进行产品的重塑，还通过后台数据的动态变化来研究用户的喜好，从而反向去思考内容模块的打造。基于对用户行为数据的分析，跟随消费者需求进行了产品细分，设立了不同的产品线。通过对用户行为的解读，更进一步地实现需求的匹配。根据用户固有浏览习惯做出精品推荐，降低新用户主动获取信息的难度。

  “KJ”创始人表示：在知识付费的浪潮下，“KJ”借助短视频这一载体，成为满足人们日常了解文史地理需求的产品，从更广义的层面，还可以承载起中国文史地理知识普及的使命。

  材料6

  微信平台有着2000多万个公众号，从推出以来一直供用户免费阅读，平台提供给公众号内容生产者的变现方式有广告和打赏两种。2017年4月3日，微信公众号“老何开讲”的新关注用户需支付318元方可订阅，微信公众号付费订阅时代拉开了帷幕。近日，针对“对于微信付费订阅公众号是否接受?你愿意为什么类型的公众号付费?”问题，各方人士纷纷表示了自己的观点。

  网友A(报社工作者)：不支持公众号付费的方式。收费像把锁，付费是钥匙，在网络如此发达的情况下，我认为没有多少人愿意通过付费去解锁，况且很多公众号的信息也很不错，免费的都看不过来，更不会花钱去看付费的公众号。

  网友B(中学教育从业者)：不接受公众号统一收费，但可以接受赞赏的形式。我愿意为一些提供原创性、有价值的公众号付费，是对他人知识产权的尊重，与此同时也能鼓励更多的人分享。

  网友C(个人公众号运营者)：为知识付费这件事，一直都是存在的，过去是书刊杂志，现在只不过是“挪”到了网上，这跟用户在网上买卖其他商品是一个逻辑，很多人不愿意买单，本质上还是用户体验的问题。

  网友D(有公众号浏览习惯的学生)：很喜欢现在扫二维码和打赏的公众号收费方式，可以让读者自行选择。不能接受付费后才能阅读公众号的方式，因为付费时内容未知会影响阅读体验，不过考虑版权还是可以理解的。

  网友E(有公众号浏览习惯的高校教师)：公众号付费不能简单地通过“付费看全文”甚至“订阅专栏”的方式来实现，而应该通过订阅“号”的方式来实现，这种付费购买的不仅仅是内容，还是对于公众号本身价值的认同感。

  网友F(自由媒体人)：我支持公众号收费的形式，优质内容获得与之价值相符的回报，有助于激励内容供给群体更致力于生产高质量、高价值的原创内容，提高内容供给质量。内容消费者，可以借助知识付费机制，过滤低质无效内容，实现信息的精准传播，降低知识获取的时间成本。

  网友G(社会学家)：对一些前沿知识、有深度的原创知识内容会付费阅读，付费模式是一种鼓励和保护。互联网内容生产鱼龙混杂，供给质量参差不齐，信息严重超载，一些有价值的信息难免被淹没。微信公众号自然也难以“免俗”，“带毒”鸡汤和“三俗”软文等低质内容充斥，低端内容生产严重过剩，真正高质量的内容传播力反而被降低，导致用户迷失在海量的无效信息之中。付费体现出对知识需求的提高，体现知识在市场中是有价值的，是被消费者认可的。

  材料7

  互联网上的数字作品具有易复制和易传播的特点，这使得盗版者可以直接获得经济收益，因此，付费的知识产品被侵权的情况屡屡出现。在一些问答平台上，往往提问者的问题刚被解答，就有人直接将答案截图分享出去了，其他用户不用付费就可轻松获取知识;更有专门众筹购买付费课程的组织，采用众筹的模式，每个人出一部分钱去购买付费知识，并小范围内共享;网校课程、会员账号、付费音频、线上讲座视频……在一些在线交易平台、QQ群，有大量知识付费产品被低价出售。文章领域，很多大V的文章转载都未经许可;音频领域，不少音频节目标榜原创，实际上却是从自媒体抄袭而来;短视频领域抄袭现象更为严重，直接截取他人的原创视频，为己所用，通过盗取别人的作品或原创内容来从事自己的商业化运作。

  某维权网站负责人S认为：知识付费侵权已经形成产业链,并在多点开花。一个人接触到这种渠道并发现有用，可能带来100人不会在知识付费平台上付费。版权保护是知识传播的生命线和护身符。如果平台缺乏监管,没有任何成本的抄袭和侵权，将不利于原创内容的发展。原创者失去经济支撑或创作动力，最终损害的是消费者，他们将无法再获得优质内容。

  频频出现的版权纠纷，引起互联网企业对版权的重视。前不久，百度公司曾分批次暂时关闭“百度贴吧”文学目录下的全部贴吧，全面整顿和清查其中的盗版侵权内容;奇虎360科技有限公司宣布停止个人云盘服务，以强化版权保护;新浪微博与权威机构加强合作，向三千多位签约的自媒体作者提供免费长文章版权保护和版权认证标识，设立了专门的公司为用户提供免费的版权保护及法律援助;腾讯微信则在法律的基础上利用技术能力解决版权问题，目前微信已经可以检验这些作品是否第一次在平台内发布。

  “版全家”App通过区块链、人工智能登记辅助AI机器人可以实现三分钟极速数字版权申请，可自动识别身份证号码、姓名、地址等信息，无需手动填写。申请的数字作品可以是文字、图片或者是视频，支持主流的多种文件格式。作品经中国版权保护中心审核通过，即可获得其颁发的DCI数字版权登记证书，拥有国家法律效力，已累计完成版权服务31万次。

 材料8

  正版化进程的推进，为用户提供了更多优质内容以及更好的体验，为内容提供商扩大营收来源，形成版权交易的良好秩序，有助于保护创作者权益并在源头上激励内容创作，最终形成良性互动的行业生态。

  美国著名互联网法学家劳伦斯·莱西格创立了知识共享协议。采用这个协议时，创作者可以开放部分权利，如允许非商业使用、允许修改衍生等，又可以选择保留部分权利。经过十多年的发展，互联网上大量的用户创作内容也遵循这一协议，在互联网上，众人在权衡之后，采用知识共享协议开放自己权利的作品，促进了内容与知识的大繁荣。这契合了知识的一个特性：越被传播、使用和快速迭代，知识的价值越高;把知识封闭起来，反而可能损毁知识的价值。互联网上一直有一派观点在质疑，版权保护是促进还是阻碍了知识的传播?

 材料9

  《2016年中国网络版权保护年度报告》指出：随着国家“四个全面”战略布局和创新、协调、绿色、开放、共享理念的持续推进，我国网络版权政策环境不断优化，网络版权保护各项工作进展明显。在立法保护方面，突出了对重点问题的规制;在行政保护方面，针对当前互联网治理的热点和难点，明确了网络文学、App、广告联盟、私人影院和电子商务平台等五个重点整治领域，并对其实施了分类管理和专项整治。版权行政管理部门继续积极探索加强网络版权保护工作的新举措、新办法，推进了约谈工作机制、预警工作机制，建立“黑白名单”制度。加强各级版权执法监管部门的联动，并通过举办各类活动、采取灵活多样的方式扩大版权社会影响，提高社会公众的版权意识。

  我国网络版权保护虽然取得了重大进展，但是也存在着诸多问题和挑战。一是以数字信息技术为基础、以互动传播为特点、具有多种创新形态的新型传播方式不断冲击着现有的版权法律制度，理论争议与法律纠纷的频发反映出法律的滞后性与产业创新之间的冲突;二是在创作者、传播平台和消费者之间，缺乏公平、权威、通畅和有效的版权授权平台，授权机制的不畅通，影响了作品的传播效率和版权服务水平;三是数字网络技术的发展降低了侵权门槛，网络内容传播由专业化转向大众化，对司法审判和行政执法提出了新的要求;四是维权成本与维权收益不成正比，直接影响后继优质内容的创作与开发，制约着网络内容产业的发展。面对技术快速发展所带来的利益多重冲突愈加复杂的形势，我国的网络版权保护工作依然任重而道远。

（一）根据给定资料1～7，概括目前我国知识付费平台快速发展的原因。（20分）

要求：概括全面，条理清楚，语言准确；不超过200字。

原因有：①客观原因。知识付费原就有之，网络付费没有改变本质。支付手段和通道畅通使知识变现速度加快，消费得以升级。②消费动力。消费者在专业领域存在困惑，知识付费有助于他们筛选信息节省时间，快速获得系统化、结构化的优质内容和个性化的定制服务，从源头满足需求，使他们获得主导权。③平台优势。知识付费平台功能多元化，满足消费者需求同时承载社会使命，内容原创体现价值，付费模式对原创内容是保护和激励，防止盗版。

（二）某市拟举办知识付费平台产品推介会，假定你是参会的“KJ”团队成员，请根据给定资料5，撰写一份“KJ”产品推介书。（30分）

要求：全面准确，逻辑清晰，突出特点；不要求格式，不超过500字。

KJ产品推介书

我们向您诚挚推荐我公司推出的视频产品：“KJ”。它由顶尖团队制作，资深教授担任历史顾问。内容主要关注历史人文、自然地理、文化风俗等领域，每期时间3分钟左右，旨在向用户普及历史文化知识。不仅满足人们了解文史地理的需求，还承载了中国文史地理知识普及的使命，被认为是“最棒的互联网历史短视频”生产者。

一、成立。2015年6月正式成立后上线各大平台。同名App上线付费视频节目和付费音频节目。二、产品。“KJ”有4个风格不同的产品线，以有趣、有用为出发点，既有揭秘历史真相也有科普历史文化，既有名师深入讲解也有地理人文，我们的用户在观看过程中既获得满足也学到了知识。三、选题。有裂度和深度两个维度。以两者反差选题并深挖，以此带来独特深入的视角，保证持续输出优质内容。四、资源和服务。我们购买了大量顶尖纪录片，敲定了高质量纪录片合作，拥有巨量优质内容的版权。且我们的技术团队以用户第一视角进行产品的重塑，通过后台数据来研究用户的喜好，从而反向思考内容模块的打造。

北京M视讯传媒科技有限公司

（三）从给定资料出发，以“知识的价值”为话题，自选角度，自拟题目，写一篇议论文。（50分）

要求：参考给定资料，但不拘泥于给定资料；主题明确，内容充实，结构合理，语言流畅；字数限800～1000字。

尊重知识才能让优质的知识触手可及

从算法代替齿轮到数据记录生活，再到小小的集成芯片改变了潮水的方向，近年来互联网应用场景已被极大拓宽，知识改变生活成为现实世界最显著的特征。可以说，知识是当今时代下个人、企业、国家最重要的核心竞争力，但令人遗憾的是，网络盗版、知识侵权等乱象也时有发生，如何更好地维护知识应有的尊严，发挥好知识在经济社会发展中的价值，成为全社会必须深入思考并妥善解答的议题。

知识付费是彰显知识价值的必然结果。从求职、求学培训，到在线健康管理服务的逐步流行，知识付费正成为当下经济发展的重要驱动力。多个权威研究报告显示，超过半数的网友有过知识付费行为且反馈良好，越来越多的人愿意通过付费以快速获取系统化、结构化的知识，用以提高工作效率、收入或获得职业与学业的发展建议等。从支付版权费听音乐，到付费问答的流行，都一再证明，有偿的“知识分享”商业模式既有助于满足人们对高品质知识、资源的需求，同时也能带动知识产业自身的健康、繁荣发展，闪耀着时代进步的光芒。

尊重知识，加强知识产权保护是彰显知识价值的关键之举。因互联网上的数字作品有易复制、易传播等特点，且相应保护机制的滞后，导致诸如在线课程、音乐等具有产权的知识及产品屡被侵犯，不仅侵害了知识产出者的权益，也破坏了经济社会发展的应有秩序。对知识的态度一定程度上能体现了一个国家、民族的文明程度，只有发挥制度的规范和约束作用，有效打击侵害知识知识产权等行为，构建起知识创新、运用的良性生态圈，在全社会形成尊重知识、尊重技术的普遍认同，才能更好发挥知识对经济社会发展的带动作用。

共享模式的出现打破了原有的各种壁垒，让知识以相对平等的方式“飞入寻常百姓家”，为知识付费找到了一条可行的渠道。可以说，知识付费体现出人们对知识需求的提高，彰显了知识在市场中应有的价值，承载了普及优质知识的社会使命。行百里者半九十，当下我们仍应久久为功，全方位多举措肃清知识盗版等侵权行为，更好的发挥出知识的价值，让优质的知识变得“触手可及”。