

2021-2022年高二下半年期中语文题带答案和解析（湖北省武汉市华师大附中）

1. 现代文阅读

阅读下面的文字，完成下面小题。

材料一：

据最新消息，备受关注的“故宫年夜饭”最终被取消了，故宫官方在接受媒体采访的时候证实，已经收到的预付款将退回。1月12日，“故宫年夜饭”的话题曾经冲到微博热搜榜第1位。

近年来，故宫在文化创意产业方面的探索，不但市场反响良好，在业界也有不错的口碑。事实上，是故宫这一最重要、最庄严的博物场所，开创了全国博物馆文创的新潮流。文创是这两年经济的亮点，也是中国经济发展到一定阶段必然出现的“新增增长点”。故宫捕捉到这个潮流，体现了某种敏锐性。毫无疑问，故宫拥有丰富的文化资源，仅仅靠“故宫”这个大IP，就能做很多资源转化。一旦为“历史悠久”的故宫注入创意的灵魂，开发相关产品并不困难。故宫就像是巨大而深的湖面，合适的创意就如同投入其中的石子，只要方法正确，涟漪就会不断扩散。

但是，这也并不是说故宫想卖什么就一定能成功。现在全世界好的博物馆都在卖自己的“文创周边”，但是真正能形成规模效应的并不多。“故宫口红”能够成功，秘诀并不在“故宫”两个字，而在于红色基调本来就是故宫的标志，这样的转化，是自然而然的，也能让人接受。这次年夜饭的一波三折，其实向我们展示了文创的边界。故宫作为国家级博物馆，其行为并不能完全以营利为导向。人们期待的是故宫以丰富的文化沉淀为土壤，开出创新的花朵。单纯售卖年夜饭，其实就是把“故宫”两个字直接变现，只有经济价值，而没有文化价值。

（摘编自《中国青年报·“故宫年夜饭”被取消，文创边界在哪里》）

材料二：

毋庸赘言，文化创意产业承载着文化价值和经济价值的双重属性。文化价值是区别于传统生产的根本，也是整个产业生产过程中的核心，影响着整个文化市场的国际化发展趋势；而经济价值是文化创意产业生产的目的，是民族国民经济发展的重要检验标准，也能帮助一个民族向全世界展示它的综合实力。

可是，我国文化创意产业的发展情况却不如人意：世界发达国家的文化创意产业经济产出，已经占到其国民生产总值的15%；而我国文化创意产业全部经济产出，目前还不到国民生产总值的3.7%。面对这样的困境，还能再固执地坚持在国家环境内封闭发展文化产业的做法吗？这样的坚持，不但不能改变我国经济产业发展的总体结构，甚至还会给区域经济发展带来资源不平衡的严重后果。借鉴发达国家文化创意产业发展的历史经验和成果，应该成为我国文化创意产业合理发展的捷径。

文化创意产业发展，首先取决于政府机构对于文化创意产业的深刻认识，政府要制定行之有效的文化创意产业管理的法规。对外的政策制定要有国际化的长远发展目光，除了落实知识产权、市场管理、异域宣传和信息反馈等策略，政府更需要利用自己在国际社会中的资源，为民族的文化创意产业开拓更广泛的平台。拿日本来说吧。日本的文化创意产业政策就是鼓励出口，为了保证所有企业公平竞争的格局不被干扰，日本政府不会动用任何经济资源来扶持文化创意产业，却可以利用国家产业国际交流的时机加大对文化创意产业的宣传。伴随着日本的电器和汽车行业的国际影响，动漫产业很快就依附于传统产业的渠道，首先打开了欧洲市场。如今，日本的动漫产品在美国已经占到了40%，在全世界已经占到了60%，在欧洲市场更是占到了80%以上，形成了以日本为中心的世界动漫设计中心。

影响文化创意产业发展的另一重要因素就是产业资金运作。既然我们承认文化创意产业的国际竞争性，那么采用小生产式的经济行为就不符合未来的发展方向。而经济全球化的趋势表明，资本运作的第三方介入是文化创意产业科学发展和走向国际的重要经济保障：首先，资本运作