

## 高二下期6月月考语文在线考试题带答案和解析（2021-2022年山东省枣庄市第三中学）

### 1. 现代文阅读

阅读下面的文字，完成下面小题。

材料一：

文化是民族生存和发展的重要力量。书籍，是文化的重要载体；读书，是承继文化的重要方式；书店，是传播文化的重要空间。很多人的知识启蒙和思想共鸣，通常会与一两本书有关，往往从家门口的书店开始。伴随互联网的普及，人们的读书方式、阅读习惯有了很大改变，实体书店的发展受到不小冲击。第十六次全国国民阅读调查结果显示，中国数字化阅读呈快速发展趋势，纸质阅读呈放缓趋势。在这种背景下，以新华书店为代表的老牌实体书店纷纷走上了转型的必由之路。

创新是发展的动力与源泉，裹足不前就会被市场淘汰。实体书店或引进时尚的设计理念与元素，打造“高颜值”书店，成为“打卡圣地”；或在原有传统业务的基础上，通过“书店+”等方式打造复合式文化平台；或积极进军社区、乡镇等薄弱地带。在拥抱新技术、推动线上线下融合发展的进程中，实体书店的新兴业态不断涌现，变革与创新贯穿始终。近年来，中央和地方政府不断加大扶持力度，为实体书店转型发展创造新机遇。2016年，中宣部等11部门印发《关于支持实体书店发展的指导意见》；2017年，国务院印发《“十三五”推进基本公共服务均等化规划》，其中明确了推动全民阅读、营造“书香中国”等具体举措；2018年，图书批发、零售环节免征增值税政策进一步延续，这些都为实体书店的发展奠定了良好的政策基础。

当前，中国经济正迈向高质量发展阶段，人们的消费水平不断提升，个性化、多元化的文化消费需求持续增加。“碎片化”的网络阅读不可能满足所有公众的需求，文化氛围的熏陶是实体书店的独特优势。《2018-2019中国书店产业报告》显示，2018年中国图书销售网点同比增长4.3%，从业人员同比增长5.5%。一大批特色书店在各大城市兴起，规模不减反增。

值得注意的是，书店的核心是书籍，对象是读者。在书店转型的过程中，过于追求“吸睛”“圈粉”“人气”，而忽略图书质量和服務，可谓本末倒置。那会导致能读的书越来越少，杂货商品越来越多，读书的人越来越少，游玩的人越来越多，读书活动越来越少，商业性活动越来越多。

时代在变迁，科技在进步。变的是书店的形式，不变的是人们从阅读中获取精神慰藉的需求。“腹有诗书气自华”依旧是很多人的信念与追求。相较以前，读者越来越重视阅读时的体验。无论是老牌书店还是新兴特色书店，能否在满足读者日益精品化、差异化的阅读需求上做到极致，形成自己的读者群，将在很大程度上决定其发展前景，毕竟书店既需要用“面子”吸引人，更需要靠“里子”留住人。

（摘编自史志鹏《实体书店转型要“面子”也要“里子”》）

材料二：

用“扩张速度惊人”来形容近年实体书店创办热潮，并不夸张。越来越多“最美”“高颜值”“豪华”实体书店在全国涌现，其中有书店甚至成了网红景点和打卡地标。

“网红效应”对于书店是把双刃剑，若不够红，书店客流与业绩会受到影响；但若是过于网红，又往往被火爆所累，造成客流过剩，有丧失专业性的风险。不难发现，如今大多新开的书店都讲究空间美学，追求店面的“高颜值”，卖咖啡、卖文创、办读书活动，多营齐下，这对经营来说无可厚非。但有出版界人士提醒，如果读者走进书店只为了拍照或喝咖啡，那么书店存在的意义何在？书店沦为“背景板”，所谓人文情怀也不过是空话了。

“在一些投资人看来，开实体书店等于开免税的咖啡店、饭馆，且书店规模越大、装修越漂