

11月19日 19:30

申论七作业

公考通网校

www.chinaexam.org



公考通 APP



微信公众平台

(参考答案在最后)

【作答要求】

根据给定材料，联系实际，以“冒险·创新”为题写一篇文章。(40分)

要求：观点明确、正确，分析深入、合理，语言流畅，字数在800~1000字。

【给定资料】

材料1

中国是文明古国，为世界文明的发展做出了卓越贡献。根据有关专家的说法，从公元6世纪到17世纪初的世界重大科技成果中，中国人创造的成果一直占比在50%以上。然而，到了17世纪中叶之后，中国的科学技术发展速度慢了下来。这种局面，直到新中国成立后才出现巨大改变。上世纪50年代以来，尤其是80年代后，我国科技发展迅速。2016年7月中国科学技术发展战略研究院发布的《国家创新指数报告2015》显示，在世界40个主要国家中，中国创新能力排名第18位，与排名靠前国家的差距进一步缩小。中国国家创新指数远远超过处于同一经济发展水平的国家（如印度和南非），得分接近人均国内生产总值（GDP）在5万美元左右的欧洲国家。报告显示，中国主要指标已达到世界领先水平。2014年，中国在被列入美国《科学论文索引》（SCI）中的学术刊物上发表的论文数量达到25.0万篇，居全球第2位，占到全球总量的13.3%。2014年，中国国内发明专利申请量达到80.1万件，占世界总量的47.5%，连续5年居世界首位；国内发明专利授权量达到16.3万件，占世界总量的24.8%。2014年，中国高技术产业出口占制造业出口的比重达到27.0%，占比居世界第3位。知识密集型服务业增加值占世界比重由2000年的2.8%提高到10.4%。

另外，由世界知识产权组织、康奈尔大学、英士国际商学院共同发布的2016年全球创新指数显示，中国位列世界最具创新力经济体第25位，较前一年上升4位。世界知识产权组织表示，在过去9年的调查中，高度发达经济体在全球创新指数中一直占据主导地位，此次中国进入25强，标志着中等收入国家的创新能力首次达到了高度发达经济体水平。

材料2

Z来自美国，是一名著名的市场咨询师。今年，他基于5万份消费者调查报告和对多位商界人士的访谈，出版了《山寨中国的终结》一书。在书中，他认为，在上世纪90年代末中国众多公司中，没有一家是以特别有创新力而著称的。他们模仿西方公司的商业模式，然后包装一下推给中国消费者，通过扩大规模 and 市场份额来积聚财富。Z甚至说，那时候，只要硅谷的一个科技初创企业获得了投资，几百个山寨它的中国企业就会在几个小时内成立。Z为中国公司经历的漫长的山寨时期进行了辩护。他指出，试图创新在当时反而不利于融资，因为创新可能会带来风险。“在中国（当时）那个尚未成熟而又迅速发展的市场中，坐享其成的机会太多了，‘低垂的果实’还有大把可摘。如果有那么多美味的苹果挂在你面前，又何必为难自己爬上更高的枝头呢？”Z反问道。

Z指出，有人持中国就会山寨、不会创新观点，典型例子是美国经济学教授帕诺斯·穆都库塔斯。2012

年，他在《福布斯》杂志上撰文称，中国人“儒家的顺从性”阻碍了创新，中国永远都不能成为创新的温床。Z 很不认同这种观点。

在 Z 看来，中国公司的山寨行为是外部环境造成的。而现在，这种环境正在剧烈地改变着，中国公司也正从“山寨阶段”向“创新阶段”过渡。Z 举例了某设计公司的例子。2010 年，在深圳注册和能查到的设计公司就有 1.3 万家，其中绝大部分以模仿、山寨为主，该公司也是其中之一。2012 年，公司领导决心改变战略，走原创的路子。3 年后，深圳的设计公司只剩下 400 多家，但该公司却从当年只有一间房子的小公司，成为今天在 10 个城市设立办事处、拥有 800 多名设计师的行业翘楚。“中国公司不再简单地山寨美国和欧洲。中国消费者需求的变化要求中国公司更注重创新。创新所带来的市场活力和产业价值也正在逐渐显现出来。”Z 在书中总结道。

Z 在书中也展现了创新型公司发展面临的一些问题。一些公司在推出一些新产品后，市场马上会出现大量山寨仿造产品。“创新产品会遭到山寨仿造，这是个难解的课题，企业也很无奈。”一位公司负责人说，“我们呼吁相关部门能出台更有力度的政策，来保护创新。但现在，创新者也不必过于担心被山寨的问题，因为大众对原始创新、对设计师的智力价值的尊重在不断提升，包括粉丝经济，都使得市场的方向是积极的。而且，随着互联网技术和产品智能化发展，山寨只能仿造形式，仿造服务和内容的成本则太高。所以，我们也呼吁企业去做大产品创新，也就是带有附加服务价值和数据价值的产品创新，这样抵御山寨的能力会有所增加。”

材料 3

上午 10 点，厨师老张准时敲开了北京一家普通公寓的门。今天中午，这间公寓里有一群年轻人聚会，他们提前在老张登记注册的某厨师 APP 上下了订单，选择预约老张上门做菜。

下单时，客户已经填好了吃饭时间、住址、菜品和口味需求，同时请老张代买食材。老张与客户联系确认后，特地提前了一个半小时上门。进门前，老张套上了鞋套、换上厨师服，然后开始进厨房忙活起来。过了一会儿，厨房开始飘出香味。老张把菜一盘盘端出来放在桌上，然后返回厨房，将灶台打扫干净，与这群年轻人告别，并将垃圾带走。

在北京、上海、广州、深圳等 4 座城市，这样的情景平均每天要发生 3500 次。老张登记的这个厨师 APP，于 2014 年上线。研发该 APP 的公司创始人老王，同时是一家家政服务公司的老板。他说，“我们做家政服务时，发现很多客户都有叫小时工阿姨帮做饭的需求，但大部分小时工做饭水准一般。我们就想能不能找一种新的方式来解决现代人“吃饭愁”的问题，于是就想到了厨师上门服务。

“最开始就难在厨师招聘。”老王回忆说：“最开始我们找厨师，要么是朋友介绍，要么靠在餐厅门口蹲点，等到厨师下班后攀谈，还被怀疑是骗子。后来，随着订单量不断增多，口碑渐渐好了，再加上开通了各种招聘渠道，厨师也就逐渐累积起来了。”

如今，该公司已经拥有 5000 名厨师。他们随时等待召唤，为 130 万注册用户上门服务。老王总结道，“公司的创新举措在于将厨师这种资源用网络进行了优化利用。厨师从酒店后厨走出来，充接到用户家中提供服务，

用户足不出户就能吃到高品质的饭菜，方便，实惠又安全。

材料 4

据报道，许多中国大陆消费者认为国外的产品比国内生产的质量更好，设计更优。2015 年春节期间，大量中国游客涌入日本抢购马桶盖、电饭煲等产品，消费额近 60 亿人民币。

热潮过后，某网友发布了一则微博，称其在日本大阪采购的马桶盖产地竟为自己所在的城市。他表示：“兜了一大圈，买到的居然还是自家门前生产的东西，那不是等于当了回搬运工。”这条消息迅速在国内传播开来，引发网友“吐槽”。一位博客作者还根据这个现象作了一首短诗：“墙内开花墙外香，国货国外被抢光。出日内销不一样，此中原由费思量。”

国内某公司负责人在接受媒体采访时表示，他们公司生产的马桶盖在国内和日本都有销售。该负责人坦言，他和同事听说游客去日本抢购马桶盖也觉得不可思议。据悉，该款产品在日本售价折合成人民币约为 3087 元，而国内建议零售价在 2980 元。国内销售甚至还比日本销售多了防潮功能。

有人指出：“对有些领域的产品，中国的消费者还是不太相信国产品牌。其实，很多中国企业创新能力很强，也能生产高质量产品。如何让消费者相信国产品牌，是中国创新之路上必须要解决的一个问题。”

材料 5

专利制度是确认发明人对其发明享有专有权，以保护和促进技术发明的法律制度。某名人曾说过：“专利制度就是给天才之后添加利益之油。”

最早实行专利制度的是威尼斯，它于 1474 年颁布了第一部具有近代特征的专利法。1624 年，英国开始实施专利制度，极大刺激了工业发展，使之成为当时世界上经济最发达的国家。美国于 1790 年颁布了本国的第一部《专利法》，这极大的促进了美国的发明创造，使美国涌现出了一批像爱迪生、爱因斯坦这样的天才发明家，也使美国成为世界上拥有最先进技术和最强经济实力的国家。

日本是后起的资本主义国家，也是“技术立国”的典型代表。日本的专利制度始于 1885 年。日本很早就注意完善专利制度，引进国外先进技术。1930 年，外国人的专利高达 35%，这些从国外引进的技术使日本的工业化进程大大加快。二战后，日本为发展经济，实行了创新立国的政策：依靠完善的专利制度力图引进先进的技术，通过掌握、吸收、消化引进技术，进行自主技术的开发和创新。经过 20 年的努力，至上世纪 70 年代中期，日本的技术出口规超过了技术进口额，开始成为技术大国。有日本专家指出，专利制度对日本经济发展的作用很大，战后日本经济增长的 60%以上是技术进步的结果。

为促进国际交流合作和技术贸易，各国先后签订了一些有关专利的国际公约。1883 年，法国等 11 个国家缔结的《保护工业产权巴黎公约》是第一个也是至今为止最为重要的国际专利公约。1980 年，中国成立了专利局；1984 年颁布了《中华人民共和国专利法》；1985 年加入了《保护工业产权巴黎公约》。

材料 6

向东方看，向中国人学习，这是一个在西方正在新起的概念。国外著名商学院与人合著的新书《创新驱动

中国》，不久前刚刚出版，这本书最终章写道：“几个世纪前，世界曾经向中国学习；过去几百年间，中国耐心向世界学习；现在又到了世界向中国学习的时候，这对每一个中国公司 CEO 而言，都是一个最为紧迫的课题。”

该书仔细研究了中国企业创新的特点，通过消除产品特征、改良工艺流程、降低材料成本，中国企业倾向于提供品质并非最高、但更具有“适应性”的产品，而西方企业设计的产品虽然拥有更好的品质，但其商品的价格让中国消费者无法承受。这是西方一些企业迅速被品质稍低但价格更低、更新换代速度更快的中国同行击败的一个重要原因。

该书还提到中国企业遵循“从失败中学习”的信条，推出产品的速度让在华外企瞠目结舌。“新产品或许并不完美，但它没有必要完美；基础客户反馈，改进后的产品很快会出现，然后再继续改进，这种快速应变在不断试错中发展的模式，在西方还更多是在互联网等新兴行业中流行。但在中国，即便是传统行业的企业领域，也已经接纳了这种方式。”

该书指出，中国企业这种依靠快速和高效的发展模式，如今在中国市场也面临争议。近年来，很多创新企业信“极致、口碑和速度”。然而，事实上只有“速度”被置于重要位置；相比之下，“体验”、“口碑”等用来真正衡量品质的指标却常常被忽视、扭曲乃至消解。今天，大多数中国企业仍然在高产出、低收益、低价值的领域徘徊，中国仍然难以出现像德国、日本那样既能满足大众消费市场、同时也取得高利润的产品和品牌。德国、日本那种在特定组织内部建构精细管理体系的“工匠式模式”，也很难在当前的中国企业扎下根。

材料 7

在经济领域，创新往往与“企业家精神”（entrepreneurship）相联系。奥地利经济学家熊彼特指出，企业家的重要作用在于实现企业资源新组合，从而让资源价值得到更大程度实现。因而，一个国家或地区经济发展速度的快慢和发展水平的高低，在很大程度上取决于该国或该地区拥有创新精神的企业家数量以及这些企业家在实践中的创新努力。正是因为某个或某些企业家率先创新，众多企业家迅速模仿，才推动了经济的发展。企业家精神是一种重要的生产要素，它是长期经济增长的真正源泉。

熊彼特把企业家精神归结为五点，即首创精神、成功欲望、冒险精神、精明与敏锐、事业心、这五点构成了自主创新成功的基本条件，是克服自主创新过程中各种困难的关键。

企业家精神的形成受到企业家的个性、教育背景、个人经历以及外部社会环境、文化传统等因素的影响，是企业的无形财富。越来越多的人认识到，在当今中国最重要的资源不是资金、自然资源、高素质的劳动力，而是企业家精神。

材料 8

M 是北京某大学的教授，他领导的研究团队承担了一系列国家重大科研项目，获得了几十项专利，但直到 2011 年年底以前，这些成果一直待在实验室中，没有转化为市场产品。“长期以来，我国对科技人员的评价和激励主要看前期的研究成果，对成果是否能够转化缺乏足够重视，科技人员的研究主要为了取得学位和职称，至于能否转化，收益归科研单位，与个人关系不大。此外，成果转化一般要 5 年左右，从容易体现价值的角度

来说，他们更愿意研究，成果转化带来的收益还不如评个教授来得快！”M这样说。

2009年，中关村成为我国首个国家级自主创新示范区。2010年年底，中关村开始实施“1+6”先行先试新政策。其中“1”是搭建中关村创新平台，“6”是在中央级事业单位科技成果处置权和收益权改革、股权激励、高新技术企业认定等方面实施6项新政策。

根据中关村的“1+6”政策精神，M所在的大学制定了一系列新的学科性公司管理办法和科技成果转化制度。按照新制度，科研人员可以技术入股，享受自己的科技成果。

中关村和大学的制度创新，给M和其他科技人员带来了极大的转化科技成果的积极性。公司注册资本为200万元。按照M所在大学的规定，公司的股权结构如下：大学占公司30%的股权，以M为首的技术、管理团队持股52%，其他战略投资者持股18%。同时，注册资本的30%也就是600万元还将作为技术股奖励进行二次分配。

依托“1+6”政策，在股权激励下，M创立的电子信息技术公司发展迅速。2012年实现产值7000万元，2013年产值更是突破了1亿元，2015年在创业板上市。目前，公司主要经营北斗卫星导航、民用雷达及高性能信号处理产品，已是一家有名的科技创新企业。

现在，M有双重身份：一家上市公司的领导，某国家重点实验室的主任。M说，公司经营不仅能让研究人员得到经济利益，也能促进研究活动本身。“以前我们的研究成果都是同行评审，行不行实际上都是圈子说了算。现在，我们的成果都要接受市场的检验，是市场说了算。对我们而言，这个压力更大”，M总结道。

材料9

我国历史悠远，早在神话怪志中就有“科幻”元素出现。《列子·汤问》中的“歌舞机器人”，沈括《梦溪笔谈》中的自动捕鼠机器人，张鹭的《朝野金载》中自动行乞的木僧以及陪酒的机器人，以及传说中鲁班制造的木鸢、诸葛亮发明的木牛流马，都可视为科幻的前身。

上世纪50年代和80年代，我国曾经兴起了一股科幻文学热，出现了一批脍炙人口的儿童科幻文学作品。90年代，大学校园的一批科幻文学创作者，受“科技兴国”理念鼓舞，带着强烈的创新意识和时代气息，掀起了一股科幻文学创作高潮。尽管如此，我国科幻小说作品的数量和被关注度仍远远不够，创作水准也与国外相距甚远。

2015年，备受瞩目的科幻小说最高奖——雨果奖在美国斯波坎市颁出，中国科幻作家刘慈欣的作品《三体》获奖，创造了中国乃至亚洲科幻文学的一个记录，对我国科幻文艺创作传播的发展起到了一定的推动作用，也让我们正视长期处于边缘化的科幻文学。

对于《三体》，有人评价说：“旧故事尺度来说，第一部是在地球上，第二部上升到两个文明间的碰撞，第三部达到整个宇宙的高度，确实宏大。在想象力和点子这两方面，《三体》在世界其它科幻经典面前也有骄傲的资本。”

材料10

韩国首尔大学前教授黄禹锡出身于贫苦农民家庭，自幼即怀有雄心大志，刻苦攻读，29岁便获得博士学位，并很快晋升教授。1995年他研制出超级乳牛，1999年培育出克隆牛。这些成果令他成为国际生命科学领域的权威人物，被韩国科学技术部授予“最佳科学家”称号，成为韩国的民族英雄。

2005年，学界发现黄禹锡领导的干细胞研究以及有关论文涉嫌造假。2006年韩国首尔地方检察厅对黄禹锡进行了调查，最终决定以欺诈罪、挪用公款罪以及违反《生命伦理法》的罪名起诉他。

黄禹锡造假之前，就已取得非凡成就，为何还冒着巨大风险造假？有人认为，这与韩国社会文化有关。近几十年来，韩国经济和社会取得了超常规的快速发展，首次影响，“高速文化”成为了韩国社会文化的特征之一。“最佳科学家”、“克隆之父”、“民族英雄”等荣誉，对于黄禹锡既是前进的动力，也是巨大的压力。被公众推向神坛、被万众顶礼膜拜的黄禹锡身处这种文化中，已经别无选择，只能以更突出的成就、更惊人的成果来回报韩国公众的热切期待，证明自己无愧于这些荣誉。

材料 11

当同班同学正在参加高考时，Q市某中学的应届毕业生L，放弃了这场常人眼中人生最重要的考试，独自坐在某公司副总经理办公室，边工作，边浏览有关高考的新闻。

在Q市，L是小有名气的“校园发明大王”，曾获得全国少年儿童发明奖、Q市科技创新大赛一等奖、全国青少年作文竞赛二等奖等众多荣誉。今年20岁的他，已是中国发明协会会员，拥有3项国家专利。

L从小就喜欢摆弄各种器件，常有独特念头闪现。7岁时，用父亲的电烙铁将胶融化，修理自己的玩具四驱车，结果把手脚烫起了泡；他还拆掉过电视机，将天线搞成了“地线”……四年级时，他就独立拼装了“南湖号”轮船模型；六年级的科技课上，同学们都需要在老师的指导和帮助下组装电动模型飞机，他却独立完成，还在区里和市青少年航空模型锦标赛上获得一等奖。

L很小的时候，老师要求用“熟了”造句，思维跳跃性较强的他将自己比喻成水果，造下了“果园里，梨子熟了，苹果熟了，我也跟着熟了”的句子，却遭到老师的嘲弄。L在校学习成绩并不好，小学转学时还被要求降级。进入中学后，他的成绩一直处于中下游水平。然而，这是一个爱动脑筋的孩子。上初中时，他发现同学们坐姿千奇百怪，影响视力和体型，便寻思改变这一现状，由此诞生了他的第一件发明作品——矫正型多功能书桌。第二年，他发明了多功能保健鞋，获得人生的第一项专利。

高考前，L信心满满地向108所大学写了自荐信，不少名校欢迎他参加自主招生考试。“不参加高考，是我考虑上大学的一个首要因素。”后来，他通过单独招生面试升入某技术学院的机电系。

对于放弃高考，他表示不后悔。“这个选择，符合我的理想，也符合我对未来成长的规划。”

【参考例文】**冒险·创新**

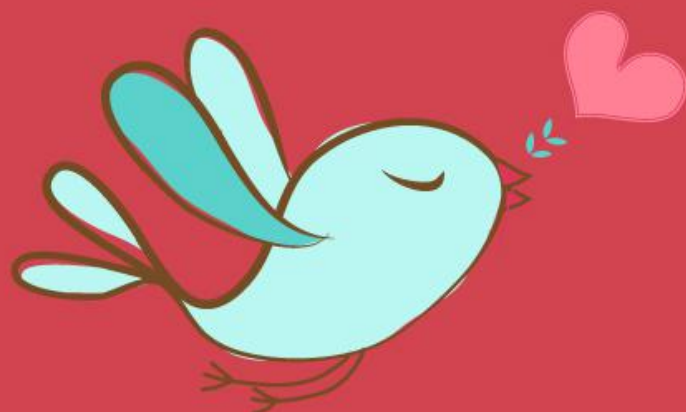
冒险精神是一种敢为人先的担当，一种能人所不能的意志，是一种敢于开拓全新事业的勇气；是一种实现从0到1，从无到有，开拓蛮荒的首创精神。冒险精神和创新精神一脉相承，它是创新的源泉和灵魂。当前，我国正处于深化改革、建成创新型国家的战略机遇期。冒险精神应成为大众创业、万众创新的精神底色，企业家精神的核心要义。

冒险精神、首创精神是创新的源泉和灵魂。这也是企业家精神的要义。创新是实现从无到有，从0到1，创造出未知事物，本身就带着风险。创新是需要勇气、需要冒险精神的。有冒险精神，不怕失败不怕牺牲，才能不断创新。国家兴衰、商业成败的无数史实表明：历史、市场的某些关键时期，要先人一步，敢于冒险，勇于创新。一旦创新成功，就能带来巨大的市场利益和口碑，就能推动企业技术升级、产品升级、管理优化，甚至创造出全新行业来。以互联网行业为例，当国际国内电信网、互联网基础设施等逐步成熟时，百度、腾讯、阿里巴巴等企业抓住机遇，以长期免费烧钱赢得用户的冒险性经营模式击败国内外竞争对手，稳固了市场领先地位。当前，在国家基础设施、市场规范等逐步完善之时，政府鼓励大众创业万众创新，其实就是鼓励广大企业家、广大基层员工的冒险精神，释放人民群众巨大的创新勇气和创新智慧。我们要敢于从失败中学习。创业初期，要不断试错，快速反应，及时纠正，加强内部精细化管理，不断提升产品质量、用户体验，最终占领市场。

但冒险不能盲目，创新光有冒险精神是不够的，冒险要尽可能规避风险，才能创新成功。要综合评估条件、时机、机遇和利弊，创新要讲科学，评估成本、讲效率。对个人来说，创新可能只是苟日新日日新。但对其企业和国家来说，无论是产品创新、技术创新，还是管理制度创新，都是风险巨大的事情。巨大的人才和资金成本投入不见得立马见成效，甚至可能拖累目前市场效益良好的产品。对于创新产品，还有推广成本，消费者长期观望的适应过程等。古今中外，因为创新失败而倒下的企业不胜枚举。因此，冒险要讲科学，要注重对市场需求和消费者偏好的调查。创新要评估成本，评估技术难度和推广成本，使之在企业可承受的范围内。中国企业，像OPPO手机、华为手机等以模仿、山寨、改进、集成的方式逐步占稳市场，再推进产品优化和创新，某种意义上，也属于“审慎的冒险”。

因此，冒险精神需要培养，创新需要保护。要降低冒险者的风险，要在投资、机遇、专利制度等方面给予创新者以保障。这需要政府法律法规和制度保护，需要企业互助和自律，更需要广大消费者给敢于冒险和创新的企业以信任。国家要继续完善知识产权和专利保护制度，保护发明和创新成果。企业内部鼓励冒险精神、创新文化，同时建立完善的创新激励机制，通过股权激励等方式让冒险创新者得利。社会要有鼓励冒险的舆论导向，广大消费者要给冒险者土壤，给创新者更多尊重。要纠正盲目崇洋媚外，“只要是外国货肯定质量好，高价理所当然”等非理性消费观。要给予国货更多信任和机会。这样，才能避免类似“到日本搬回国产马桶”的大笑话。

历史上，从张骞出使西域的凿空之举，到以四大发明为代表的科技辉煌，我国人民大无畏而又审慎的冒险精神和创新之举一直领先世界。今日，我们热议中华文明的伟大复兴。在我看来，复兴的核心要旨应该就是国民冒险精神、以及大众创业万众创新的复兴。



美好的事情即将发生...

something wonderful is about to happen