

2025年江苏《申论》真题（A卷-考生回忆版）

扫描下方二维码下载妙学吧APP 刷海量题库掌握最新热点



QQ扫码直接下载

微信扫码到应用市场下载

支持所有机型

【材料一】

开谈不说《红楼梦》，读尽诗书也枉然。文学巨匠曹雪芹用一部怀金悼玉的《红楼梦》，写尽世间盛衰荣辱、人生悲欢离合，绵延二百余年而长盛不朽。如今，在“世界文学之都”南京的江宁织造博物馆——红楼文化滥觞之地，又有了打开《红楼梦》的另一种方式。

“没想到能通过如此独特的方式进入曹雪芹笔下的世界！”2024年8月9日晚，00后观众小田走出南京江宁织造博物馆，仍沉浸在深深的震撼之中，特别是在“宝钗”为她披上披风的一刹那，她真切地感受到了文学的力量与温度。

小田所体验的是《大梦·红楼》沉浸式展陈空间，这场设置在世界文学之都的别出心裁的文化盛宴，吸引着众多年轻市民和游客参与。“仅仅开放两周就已经有观众五刷了，市场展现出的热情远超我们预期！”南京W数字科技公司陈经理感慨道，“这便是经典作品独有的魅力。”

《大梦·红楼》是全国首个以《红楼梦》为主题的全场域行进式近景沉浸体验项目。它从曹雪芹的视角，引领观众以第一人称开启60分钟的太虚幻境之旅。项目采用多线并行、穿插叙事的方式，在2000平方米的空间内设置了3大沉浸展区、4条不同的观众动线以及20个原著经典情节的还原。观众先领取披风，依据对应的“木石前盟”（黛玉）、“金玉良缘”（宝钗）等主题选择探索路径。体验过程中没有固定座位，观众可以跟随喜爱的角色自由行走并近距离互动。“仿佛看着这些角色在自己眼前真实地活了一遍。”有观众在社交平台分享自己的感受。

“在2019年南京申报世界文学之都的最后环节，需提交一份300字以内的介绍，其中唯一提及的文学作品就是《红楼梦》，而江宁织造府又是曹雪芹的诞生地，我们期望通过数字化的方式、沉浸式的玩法以及艺术化的表现形式，让《红楼梦》以全新面貌展现在世人面前。”陈经理表示。自7月20日试运营以来，《大梦·红楼》吸引了众多参与者，一些原本对《红楼梦》了解不深的年轻人体验后也决定回去重读原著。目前，该项目在各大平台上均获得较高评分，在多个榜单中名列前茅。

“您好，我们可以对首诗吗？”当你行走在西安时，遇到有人身着汉服跟你这样打招呼，请不必吃惊，这是古都正在兴起的一种“潮玩”方式。只需调动知识储备，你便可与对方来一场酣畅淋漓的诗词比拼。西安，一座诗歌之城。唐代时，无数文人骚客到访长安，或吟诗作赋，或对酒当歌，留下了数不胜数的诗词名篇。如今，在西安大唐不夜城、钟鼓楼广场等地，身着古装的“对诗人”不时可见。他们与路人以诗歌之名相逢，共赴诗意盎然的时光，激活了心中日用而不觉的文化基因。

随着越来越多游客慕名而来，一些西安市民也开始走上街头，自发加入“对诗人”的行列。自去年8月起，原本在一家饭店打工的小赵拿起手机，每晚来到大唐不夜城开启对诗直播。他为自己的直播账号取名“小陕西”，希望让游客感受三秦大地和古都长安的别样魅力。

“向南望，秦岭巍巍，向北看，大雁塔就在眼前。站在这里，和游客一起吟诵‘慈恩塔下题名处，十七人中最少年’‘云横秦岭家何在？雪拥蓝关马不前’等诗句，就像古人来到了我们身边，这种感觉非常美妙。”小赵说。

“以前，很少有游客知道‘兰陵美酒郁金香’的下句，而现在能回答的人越来越多。有小朋友这次对不上来，会相约再来找我对第二次。”扮演李白的演员小董说。据他观察，游客对诗词的兴趣和储备量在显著增长。“诗词能带给人智慧与启迪，在快节奏的当下，人们越来越珍视传统文化的力量。”某大学社会学院肖教授说，“对诗贴近年轻人、更接地气，让诗词走出课本、活了起来，‘跟着书本去旅行’正成为潮流，诗词文化内涵丰富了旅游的参与与体验，增强了游客的情感共鸣。”

【材料二】

今夏首款国产3A游戏《黑神话：悟空》火爆全球，一同带火的还有山西文旅。游戏里多处场景均来自山西，游戏过程仿佛是对古建筑的一次深度还原，让玩家在享受游戏的同时，领略中华文明的深邃与广博。游戏发售以来，山西旅游频频冲上热搜，网友纷纷喊话：希望山西能接好这波“泼天的富贵”。

8月22日，在山西2024数字文旅品牌创新大会上，山西省文旅厅正式启动“跟着悟空游山西”活动，发布了“天命人集结令”及具体线路，邀请《黑神话：悟空》首批通关者免费来山西赏古建、品美食。当日，旅游平台上线了“跟着悟空游山西”团队专线。同时联合各大酒店、景区推出住宿、门票优惠以及文创好礼相送等，吸引更多海内外游客走进山西。8月26日，山西省文旅厅在微信公众号等社交媒体平台喊话“天命人”领取通关文牒，开启《黑神话：悟空》线下副本，并向一名留言的网友回复说：“宠粉，晋宝是认真的。”

公众号文章介绍，“跟着悟空游山西——山西古建巡礼活动”从9月1日正式开始，山西省文旅厅在佛光寺、崇福寺、小西天、玉皇庙等景区设立了线下存档点（打卡点），恭候各位“天命人”前来领取通关文牒、通关信物，集章打卡，分享实地打卡体验，还有机会获得主题周边和《黑神话：悟空》实体卡。一名上海网友在公众号留言表示：“游戏我买了，电脑我‘高配’了，山西我肯定来。游戏里的27个景点，我都要仔细观看、拍照、游览……”

据统计，国庆期间，山西共接待国内游客约3650万人次，较上年同期增长85%；游客旅游消费近230亿

元，较上年同期翻了一番。在11月初举行的2024届城市品牌大会及“长城奖——文旅好品牌”案例征集大赛发布仪式上，山西文旅作为经典案例受到与会人士广泛关注。

“我们非常注重听取网友建议。”山西省文旅厅宣传推广处张副处长介绍，“跟着悟空游山西”活动前后的策划执行，很多举措都来自网友的建议，特别是通关文牒线下副本打卡活动，从投放数量、发放点、奖励机制等主打听劝，迎合市场的需求，受到游客热捧。大同佛小伴、悬空寺文创冰箱贴、晋祠比耶龙、饺子蘸醋、面团团等有品质、有意思的文创产品，把“跟着悟空游山西”推上了一条文旅发展的新赛道。

【材料三】

自贡，一座有盐味的城市。在中央电视台午间黄金档广告时段及各大新媒体传播平台，西南小城自贡市推出城市IP宣传片，让全国观众熟悉了这座城市的四张名片：千年盐都，恐龙之乡，中国灯城，特色美食。对外宣传紧跟全媒体时代，深挖地域文化价值，自贡市收获了意想不到的传播效应。

一年前，自贡市就与F动漫公司开展文旅合作开发，以恐龙元素为核心，融入自贡盐井、彩灯、美食等文化元素的动画片《时空龙骑士》，讲述发生于自贡市过去、现在、未来三个不同时空的科幻冒险故事，将自贡市特色元素及人文景观贯穿其中，让观众可以全面了解自贡市的深厚文化。这部充满人文和正能量的经典系列动画片已在央视等100余家电视台和20余家网络新媒体播出，并从新加坡等“一带一路”沿线国家扩展至欧美国家。

如今，自贡市已经由多渠道、多角度开展恐龙超级IP的宣传推广，发展起了以超级IP为载体的主题餐厅、酒店、游乐园、体验馆、教育基地等业态，在服装、玩具、游戏、学习用品等领域，开发出系列衍生产品，打通动漫上下游产业链条，让超级IP产生了巨大的经济效益。以自贡恐龙IP+其他动漫超级IP为核心，自贡F动漫公司投资30亿元打造动漫文旅小镇，构建吃、喝、玩、乐、购、住、学、创为一体的未来生活小镇模式，打造集旅游+动漫全产业链的文创商业综合体……恐龙超级IP得到全球旅行者和本市居民的认可，城市的灵魂得到塑造，城市核心竞争力得到构筑。

【材料四】

“是阳澄湖的大闸蟹么？麻烦帮我挑两只肥的哦！”“没问题。这两只都有足足四两，您看可以吗？”常在水产市场里听到的对话，却出现在了苏州博物馆文创小铺内。只见店员从“池子”里捞上两只“肥美”的毛绒大闸蟹，端端正正摆在台上称重，再用棉绳合拢蟹腿、收起蟹钳，最后把两只体重和颜值都“优秀”的大闸蟹交给来苏州旅游的00后小王。“这样的文创和仪式太有趣了！”满载而归的小王在社交平台上发布了“战利品”记录，获得不少点赞和评论。在她看来，游客愿意通过这样的文创产品去了解苏州这座城市，通过购买时的互动留下难忘的记忆，就是物超所值。

“有特色”“会整活”，是许多消费者对苏州博物馆文创的共同评价，甚至有不少人为了购买毛绒大闸蟹，专程从外地坐高铁赶来苏州。吴王夫差剑是苏州博物馆的镇馆之宝，也是苏博文创的热销爆款，设计团队通过将宝剑卡通化，做成了抱枕、挂件、玩偶等系列产品，一经推出就激发了游客和网友的购买热情。“为了一座馆，奔赴一座城”正成为当下许多年轻人的假期出行选择。“当越来越多的年轻人愿意走进博物馆，文创就是观众和博物馆之间最生动的桥梁，我们希望通过文创的桥梁，让大家感受到博物馆也可以很年轻、很活泼、很轻松。”苏州博物馆文化创意部蒋主任表示，“人文价值、创意设计和情绪价值是游客，特别是年轻游客购买文创产品的主要动因，我们正是围绕这些新需求研发新产品，让更多的年轻人开始深入了解文物和苏州文化。”

除了增强互动、给予情绪价值，数实结合、沉浸式体验也成为苏州文创产业的新趋势。在文博会“虎丘秘境”沉浸式体验展区，观众只需戴上VR眼镜，即可穿越时空，游览2500年前的壮丽虎丘，探秘千人石、莲花池等历史遗迹。在苏州博物馆西馆，今年6月26日开幕的“宇宙猜想·启程”大型宇宙探索VR沉浸体验展，至今已有近3万人参观，门票收入达255万元。

“文创产品经历了从1.0版本到3.0版本的发展，从最开始注重文化属性，即借助产品传播文化元素，到如今更倡导产品的实用性和趣味性，从实物形态演变为虚实结合、不拘一格。”蒋主任表示，在新质生产力的推动下，数字文创打通了虚实界限，个性化、定制化、数字化和体验式消费成为文创产品发展的重要方向。苏州积极推进文创产业与旅游、科技、金融等其他领域的跨界融合，探索新的产业发展模式，也拓宽了文创产业的发展空间，为产业创新发展提供了新动能。

【材料五】

网络时代，每一个“出圈”“爆火”的现象，似乎都在挑战着普通人的传统认知，演绎着大街小巷层出不穷的话题。近年来接连出现的网红城市现象，其背后都活跃着一串串文化创意的影子。

城市一：B城

2024年伊始，全国冰雪游进入旺季，冰雪B城凭着各种“掏兜待客”的创意“出圈”了。从中央大街上

表演的驯鹿、滚烫的红糖姜水到持续接送游客的爱心车队、红专街早市的免费“投喂”，再到“砂糖橘”和“蔓越莓”的双向奔赴，B城的“宠粉城设”为文旅市场的“开门红”打了个样。

为满足广大游客个性化需求，B城在创意上可谓下足了功夫。为彰显“音乐之都”的底蕴，直接将交响音乐会搬进了商场；游客想拍带月亮的雪景，就在圣索菲亚大教堂上空升起了一轮圆圆的人造月亮；游客想看雪后的飞马踏冰，直接给整出了带翅膀的飞马，一秒穿越到“凛冬之城”；飞马不够，极地馆的“逃学企鹅”、鸵鸟都给安排上；更令人惊叹的是，还把鄂伦春族人请到了中央大街表演驯鹿。你以为这就完了吗？松花江冰面升起热气球，让冰城秒变“浪漫土耳其”；怕游客在江面上玩耍吹到风，立马安排气垫船，上演冰上“速度与激情”；因让游客长时间排队而诚恳退票，连夜整改，随后发布《致全市人民的一封信》，号召市民让路、让景、让利给远道而来的朋友……

该省文旅厅负责人表示，B城的爆火不是偶然，已经做了一年的准备。“冰雪世界是我们的独特资源和魅力源泉！哪里不满意我们就调整哪里，需要什么我们就上什么。”

城市二：Z城

2023年春天，Z城彻底火了！当地“烧烤”关键词搜索量同比增长超370%，“Z城烧烤”关键词全平台搜索量，则同比增长770%，不少网友表示：“上次Z城这么热闹，还是在齐国……”

该市文旅局负责人表示，Z城是一个工业城市，能在烧烤上火起来很不容易。Z城烧烤火就火在“创意”上。“小串+小饼+小葱”的灵魂吃法，加上“一桌一炉一卷饼”的独特仪式感，让Z城烧烤给人一种强烈的视觉冲击，其具有超强仪式感的吃法迅速红遍各个社交媒体，网友们纷纷将自己的花样吃法发布到网络中，很快掀起一阵“烧烤DIY”的热潮。

专门开通的“烧烤专列”“烧烤公交”广受好评，一路上还被“投喂”当地特产，附赠旅游攻略；3天修好一条路，20天新建一座烧烤城；规范商户行为，惩处违法乱象……Z城相关部门细致、高效的执行力和浓厚的人文关怀，书写了有温度、有力量的高分答卷。

一年过去，以Z城烧烤为代表的“流量经济”现状如何？今年7月28日至31日，复旦大学新闻学院“记录中国”团队来到Z城实地走访发现，去年火爆之后新开张的网红店已经几乎没流量了。流量狂欢后，留下的是同质化的小吃一条街，放弃本行改做炒锅饼和紫米糕等网红产品，成为小吃一条街商家的普遍选择。“繁华过后，能有多少家店铺坦然面对冷清的结局”成为萦绕在团队成员脑海中的问题。

“烧烤作为一种美食体验，没有什么技术门槛，虽然在初期能够吸引大量游客，但毕竟消费形式相对单一，当人们的好奇心得到满足后，很难持续保持热情。”相关行业专家表示。

城市三：H城

今年5月，“H城树哥”和已废弃的H南站火爆全网。在“H城树哥”的直播间，背景是建于20世纪70年代的南站，“树哥”梳着大背头，身着帅气西装，戴着皮手套，造型致敬电影《Hello! 树先生》中的“树”，边上停着一辆老款宝马，有时候他还将老式手机别在腰间，再叠加一层昏黄复古的滤镜，唱着老歌《诺言》。网友们听了他唱的歌，纷纷表示：“太上头了！”“后劲太大！”

粉丝们从天南地北赶到H城听他唱歌与他合影，H南站变得熙熙攘攘。为了迎接全国各地纷至沓来的“客人”，H城火速反应，直接把沥青车开到了南站，连夜修缮路面，保障大家的出行体验，并安排志愿者提供服务。

不过，H南站的火爆只持续了12天。H南站附近有多所学校，还有多个居民小区。“H城树哥”爆火后，全国各地的主播们蜂拥而至，给当地居民的生活带来了不小的困扰。5月20日，H城文旅发布公告：“鉴于2024年5-7月份春季高考、夏季高考、中考等考试比较集中，且H南站附近学校设有考点，为给广大考生营造良好的学习、生活和考试环境，H南站将不再举办各类文娱活动。”

“就目前形势来看，H城想借力此次流量，一举带火当地旅游似乎并不容易。”专家表示。

【材料六】

2024年5月28日上午，扬州市第三届大运河青年文创产业合作大会在扬州广陵公共文化中心举行。来自扬州市青商会的青年创客，以及相关院校、企业、产业基金的嘉宾们相聚在京杭大运河畔共谋发展。

10年前，中国大运河入选世界文化遗产名录。这条世界上里程最长、工程最大、历史最悠久的人工运河，让世人再次领略中华文明的博大精深，感受中国人民的创新创造。大运河申遗成功10年来，文化力量转化为强大的发展能量。京津、燕赵、齐鲁、中原、淮扬、吴越文化在大运河沿线区域争奇斗艳，在发展经济上各展所长，在美美与共中优势互补，一幅自古繁华、于今尤甚的新时代《清明上河图》正徐徐展开。

扬州广陵区2021年开始打造“大运河青年文创”品牌，构建“运河青创”生态体系，打造青年文创集聚区，为青年文创企业在广陵发展提供政策支持和服务保障，形成了产业集聚、协同发展的良好态势。本届大会活动现场发布了大运河青澜文创湾知识产权（版权）服务平台。随着越来越多的青年人才投身于文创产业，他们带来了新鲜思想和创意，但同时也面临着知识产权保护的难题。大运河青澜文创湾知识产权（版权）服务平台致力于保护创作者的权益，激发他们的创作热情，推动文创产业的持续创新。活动现场，扬州市大运河青年文创展厅授牌仪式同时顺利举行。通过产学研的深度融合，为扬州经济发展注入新的活力。

上午10点，“行走扬州城：文创产品设计与体验研究生工作坊”在合作大会现场启动，该项目系广陵区与南京艺术学院、武汉理工大学、广州美术学院、北京师范大学、扬州大学联合实施，将集结不同学科背景、不同专业领域的学生设计实践，聚焦文旅、交通、健康医疗、智慧服务、社区邻里、低碳产业等场景塑造，共同探讨用户体验设计的创新方法和实践路径。启动仪式上，广陵区团委负责人介绍了设立工作坊的初衷和功能，高校代表和研究生代表做了发言，在热烈的掌声中，双方代表共同为工作坊揭牌。

【材料七】

2024年11月22日，第五届长三角国际文化产业博览会在国家会展中心（上海）开幕。长三角文博会由上海、江苏、浙江、安徽三省一市党委宣传部共同发起，从2018年开始举办至今。本届长三角文博会以“加快发展新型文化业态，激发文化创新创造活力”为核心主题，集中展示了文化产业在长三角高质量一体化发展中的新面貌，旨在构建文化产业提质增效的新动能。

今年，江苏展区以“数字先锋新动力”与“美好生活新消费”两大板块为核心，汇集全省63家优秀文化企业，奏响了一曲文化和科技、传统与现代、创新与传承的交响乐。在数字技术的赋能下，一批文化创意企业在文博会上崭露头角。在梵高写真馆，观众不仅能够近距离欣赏到梵高的艺术魅力，还能通过AI技术，现场生成梵高风格“自画像”；观众戴上XR眼镜，“穿越”回千年前的大唐，在数字世界中欣赏盛世大唐风采；“揽博南京”平台为城市文化数字化增添新动能；娱乐机器人携手VR技术、虚实交融的场景以及球幕数字影片等高科技手段，为现场观众带来了深度沉浸式的互动体验。

数据显示，2023年长三角地区规上文化企业达23955家，营业收入达44384亿元，占全国总量34.27%。在连续发布十六届的“全国文化企业30强”中，历届长三角地区文化企业上榜总数超过全国总量的1/3，成为全国文化产业实力最雄厚、创新活力最旺盛、国际开放度最高的地区之一。清华大学《文化产业投融资研究报告》则显示，2024年上半年，江苏省文化产业融资金额排名全国第一。截至目前，江苏文化类高新技术企业突破1300家，创成6家国家文化和科技融合示范基地。这是一块创新沃土，跨界与创新成为经济增长的新动力、新引擎。

创新创造是文化的生命力，是文化繁荣兴盛的活力源泉。2024年10月28日，习近平总书记在主持中共中央政治局第十七次集体学习时强调，“要着力激发全民族文化创新创造活力”，总书记的重要讲话，为我们在新征程上担负起新的文化使命，不断铸就中华文化新辉煌指明了前进方向、提供了根本遵循。创新是新质生产力的主要特征，也是新质生产力的内在要求。坚持创新在我国现代化建设全局中的核心地位，把全社会的智慧和力量凝聚到创新发展上来，需要文化创新的有力支撑，为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴提供强大精神力量。

【问题一】

“给定资料一—四”中，一些地区将各具特色的文化创意与地方旅游深度融合取得了显著成效，请用一段话对此进行归纳概括。（20分）

要求：紧扣给定资料，全面、准确。篇幅不超过250字。

【问题二】

“给定资料五”中列举的“出圈”“爆火”现象都不乏创意，但效果不一，请结合给定资料，就如何让“流量经济”健康发展，谈谈你的理解和认识。（20分）

要求：观点正确，分析透彻，见解深刻。篇幅300字左右。

【问题三】

请就“给定资料六”中“扬州市第三届大运河青年文创产业合作大会”的举行，写一则简讯。（20分）

要求：要素齐全，突出亮点、意义，条理清楚。篇幅350字左右。

【问题四】

请根据“给定资料七”中习近平总书记“要着力激发全民族文化创新创造活力”的重要指示，围绕“文化创新赋能新质生产力，文化创造助力奋进新征程”这一主题，写一篇文章。（40分）

要求：（1）自选角度，自拟标题；（2）参考给定资料，不拘泥于给定资料；（3）观点明确，内容充实，结构完整；（4）篇幅1000字左右。