

素质教育必备*读本

高中生 **最新** GAOZHONGSHENG
ZUIXINLUODIANLUNJULUNZHENG



论点 论据 论证

制
胜
作
文
我
有
我
招

总主编：张志明



我们从作文起飞，会更高更远……

上海科学普及出版社

素质教育必备*读本

高中生 **最新** GAOZHONGSHENG



论点 论据 论证



总主编：张志明



YZLI0890144810

我们的人文素养与文明程度，将会高起来

上海科学普及出版社

图书在版编目(CIP)数据

高中生最新论点论据论证 / 张志明总主编. -- 上海 :
上海科学普及出版社, 2011.1

ISBN 978-7-5427-4774-7

I. ①高… II. ①张… III. ①作文课 - 高中 - 教学参
考资料 IV. ①G634.343

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 236919 号

高中生最新论点论据论证

张志明 总主编

上海科学普及出版社出版发行

(上海中山北路 832 号 邮政编码 200070)

<http://www.pspsh.com>

各地新华书店经销 菏泽市志明印务有限公司印刷

开本 787 × 1092 1/16 印张 12 字数 260 000

2011年10月第1版 2011年10月第1次印刷

ISBN 978-7-5427-4774-7 定价:22.80 元

本书如有缺页、错装或坏损等严重质量问题

请向出版社联系调换



- 内容详尽: 积累丰富素材。
- 选材多样: 贴近最新考题。
- 点拨思想: 突破思维误区。
- 观点独特: 拒绝想象陈规。



高中生最新论点论据论证

点击
本书亮点

科学编排 把握考场

全面的剖析,敏锐的眼光,为你呈现文字盛宴。

分类齐全 以一当十

上百个考题,数千则论点论据,任你品读体悟。

步步为营 水到渠成

一步步引领你阅读、发现、剖析、应用,在不知不觉中已掌握任我所用的潇洒。

经典示范 一叶知秋

选材多样灵活,角度完美犀利,完善举一反三、明察秋毫之能力。

奇思荟萃 拓展视野

灵活的思考、声情并茂的行文,开拓联想,妙笔生花。



跟名家学写作

茅盾

应当时时刻刻身边有一支笔和一本草稿簿，把你所见所闻所感随时记下来……美的文学语言，应当是形象化的、准确的、精练的和富有表现力的。

叶圣陶

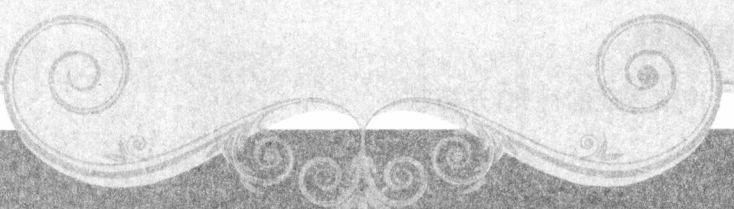
凡是干的、玩的、想的，觉得有意思就记，一句两句也可以，几百个字也可以，不勉强拉长，也不硬要缩短。

鲁迅

文章应该怎样做，我说不出来。因为自己的作文是由于多看和练习，此外是并无心得或方法的。凡是有定评的大作家，他的作品，全部都说明着“应该怎样写”。作文却好像偏偏并无秘诀，假使有，每个作家一定传给子孙的了。

老舍

怎么去写一件事，应该由作者自己决定。这就是说，我们不必去模仿别人。我们念别人的作品是为了丰富自己的经验，而不是为了照猫画虎地去套别人的套子。



高中生最新论点论据论证

专家队伍把关

一些在教育战线上奋战多年的权威专家认为本丛书丰富多彩，能恰当地反映当代学生的多彩生活和思想感情。在编写中，他们对不少具体问题提出了许多相当有价值的指导和意见，以帮助广大学生扬帆启航，尽早驶入轻松作文的美妙海域。

帮孩子爱上写作文

丛书在内容的编排上突出“新”、“活”、“奇”等特点，从学生的接受能力出发，教学生由浅入深地学习写作文，爱上写作文，以达到一日不写手痒痒，三日不写心痒痒的境地。

专业人员编撰

担任本丛书的编辑都有过丰富的教学经验，有的还是实验学校的骨干教师。为了使丛书发挥更大的价值，编辑老师们呕心沥血，和专家们一起研究探讨，力求完美。

紧扣新标准课程

丛书紧扣新课标，在内容的选择上力求新奇、新颖，以使广大学生在趣味横生的阅读中学到更多知识、领会更多意境、提高行文构思能力。使学生自觉养成“我手写我心”的习惯。



热点话题

网 络	1
服 务	3
包 装	6
科 技	10
和 谐	12
人 文	15
偶 像	19
赈 灾	22
双 赢	25
体 育	27
时 尚	31
健 康	33

学习之道

拼 搏	37
方 法	40
勤 奋	43
谦 虚	46
惜 时	49
读 书	52
习 惯	56

为人处世

诚 信	60
宽 容	63
敬 业	66

责 任	70
沟 通	73
孝 顺	77
奉 献	79

个人修养

廉 洁	85
勇 敢	88
正 直	91
自 尊	94
自 省	96

志向理想

信 念	100
追 求	103
希 望	106
执 著	108
毅 力	111
理 想	114

成功之道

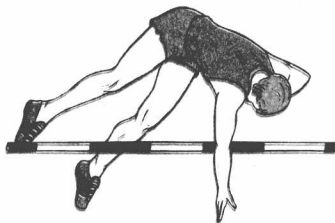
青 春	118
个 性	121
尝 试	125
机 遇	128
选 择	130
磨 炼	133

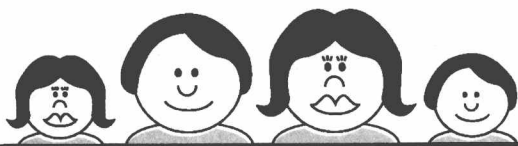
明辨是非

利 义	137
缺 陷	140
美 丑	142
贫 富	145
得 失	148
荣 辱	151
清 浊	154
是 非	158

善待自然

高 山	161
动 物	163
生 态	165
河 流	169
资 源	171
草 木	175
污 染	177
环 保	180





热点话题

网络

抛砖引玉

1. 网络是一把双刃剑。
2. 共享网络, 共享资源。
3. 网络恶搞是对文化的亵渎。
4. 网络的标准是真、善、美。
5. 网络改变了人们的生活方式。

论点解析

网络本是由许多互相交错的分支, 或是由若干元件、器件、设施等组成的具有一定功能的系统。它把一些根本没有联系的东西联系在一起, 把根本没有联系的人联系在一起。网络虽然是一个虚拟的空间, 但是, 它的方便、快捷、灵活等多种优点, 拓展了我们的知识面, 拓宽了我们遨游的空间。它的出现改变了我们的思维方式。它

让我们在最短的时间内即可获得自己想知道的各方面信息, 了解更多的知识等。



事实论据

1. 马云与阿里巴巴

1995年, 当马云等最早一批人在国内投身互联网并到处宣讲互联网时, 别人说他是骗子; 1999年, 当各种互联网概念漫天飞, 而他仍坚持 B-B 模式时, 别人说他是疯子; 现在, 当他表示 5 年内要把阿里巴巴做成世界前十名的网站时, 别人说他是狂人。不管别人怎么看, 怎么说, 马云认定互联网的价值, 并以此为平台, 打造出了自己辉煌的事业。如此, 被传媒界誉为“真正的世界级品牌”的阿里巴巴公司创始人、首席执行官马云被著名的“世界经济论坛”选为“未来领袖”, 被美国亚洲商业协会选为“商业领袖”。

2. 网络“换客”的新生活

以前, 如果你把自己留之无味、弃之可惜的闲置物品拿到淘宝一类的购物网站上

叫卖,可能是件挺时髦的事情。但如今,当“换客”才是最酷的事情。5个棒棒糖换一位画家的纪念相册,半新西服换一只雪地狗,甚至用自己的记忆去换别人的记忆,通过网络交换物品的热潮正在网民中蔓延。这些人在网上自称“换客”。互联网的特质让原始社会的物物交换重新焕发出新的活力。用自己不需要的东西去交换喜欢的东西,并且不涉及货物的等价交换观念,这就是网络易物的魅力。当你看了“曲别针换别墅”这个史上最伟大“换客”的故事后,相信你也一定会有体验网上易物超值感受的冲动。

3. 网友集体创作网剧

网剧是指在网络上公开实验、讨论的戏剧。此类戏剧因直接利用互联网传媒,被称为“网剧”。其大致操作方法是,将所提交的剧本提纲直接在网虚拟社区发表,由网民自由参与修改,并设置情节、人物……最后,集体创作出一部来自网上的话剧。这个“说法”诞生后,戏剧界人士对此普遍不以为然,认为不过是一种游戏,但焉知它对未来戏剧创作观念不会产生影响?

4. 网络妈妈

《上饶之窗》有一个“网络妈妈”论坛,上面有“幽月清风”、“含羞草666”、“yy岁末年华”、“静雪”等热心网友的帖子,每个帖子的字里行间中都充满着爱心和真情。她们就是“网络妈妈”的志愿者们。“幽月清风”进入“网络妈妈”论坛,看到“失意泪人”发帖子说,他近来因父母不和,严重影响了学习,心理压力很大,请求“网络妈妈”帮助。“幽月清风”通过QQ聊天,了解到“失意泪人”是因父母给他的学习压力太重,越想学好就越学不好,甚至出现自

暴自弃的想法。张玉华这个“网络妈妈”,从父母的良苦用心谈到知识的重要性,慢慢地教育、开导。不久,“失意泪人”重新振作了起来。

5. 一夜走红的网络歌手

从2004年下半年开始,网络歌手成为娱乐圈最火的族群,杨臣刚、香香、唐磊……这些名字在互联网中热到了发烫。当庞龙、香香等歌手在舞台上——亮相的时候,传来的是尖叫、掌声、鲜花,他们得到的拥戴一点也不亚于以往来到这里的那些叱咤风云的“天王”。是什么让这些默默挣扎的歌手走进了人们的视线,是什么让这些幽谷中的野百合在一夜之间迎来了自己的春天呢?网络歌手的走红,很大程度上是沾了网络方便快捷的光。还有就是下载这些歌曲通常是免费的,如果把这些歌曲制作成唱片卖,听众就未必愿意接受,因为它们大都还不具备收藏价值。

6. “博客”风潮

“博客”从英文BLOG(原为WebLog)译音而来,是网络专业人士的日志,经过一段时间的演变,最后成为网民们记录日常生活的杂记,而经常写博客的网民则被称为“博友”。将“博客”概念带入中国的是方兴东,他也被称为“中国博客之父”。在他看来,上了博客以后,对于社会来说每个人就有了两个角色,一个是生活中真实的自己,另一个就是虚拟世界中的某某某。目前各网站纷纷开设了博客频道,当下最受关注的当属新浪博客频道。从2005年9月8日开通博客频道起,新浪方面就大张旗鼓邀请各路名人进行实名注册,而因名人效应,该网站的博客频道顿时变得门庭若市,点击率日攀新高。网络聊天、上论坛



发帖子已经不时髦了,能拿出来炫耀的是你有多少博友、博客点击率是多少。

7.《无极》被恶搞

一个名为《一个馒头引发的血案》的网络短片在网络上迅速走红。短片以热映的大片《无极》为蓝本,极尽搞笑之能事。短片《一个馒头引发的血案》发表在网络娱乐论坛。作者写的是“胡戈制作”。经搜索发现,不少论坛甚至博客都提供在线观看和下载。短片大概20分钟左右,基本上都是剪辑《无极》的电影片段。短片在开始前首先打出字幕“以下看到的東西纯属本人自娱自乐,内容纯属虚构,全是瞎编乱造的”,然后套用央视品牌栏目《法制在线》的形式展开整个故事。一时引起众多网名关注,最后还引发了一场“馒头官司。”

8.三国人物被恶搞

网上出现的一套三国人物插画中,三国人物中铁骨铮铮的男性人物全被女性化了。据了解,该套插画根据三国游戏中较热门的“三国无双”改编,作者使用漫画手法将曹操、刘备、孙权、关羽等人物画成身形窈窕的女性,而且每张图都配有人物名称注释。这套插画刚被网友搬到网上提供下载,就受到网友的热捧。一家提供下载的网站,2周内下载量达6000多次。但同时,也有网友发帖声讨,认为如此恶搞太过分。

片段精选

1.人是跟着灵魂而活,倘若遗失了灵魂也就迷失了自我。中国作为一个礼仪之邦,从来注重人格的修养,注重精神的升华,因而,孔老夫子会以“无求生以害仁,有杀生以

成仁”作为人生的准则。而当今社会物欲横流,人文价值逐渐失范,这与社会转型有关,而鱼龙混杂的网络文化,更加剧了这种不良现象的形成。虽然Email、网上交友、聊天室的铺天盖地,使得人们的交往“天涯若比邻”,但网络上色情文化的泛滥成灾,网上犯罪比比皆是,互联网加强了西方强势文化的渗透,使得人们的道德价值观念由对精神的追求变得越来越注重自我的感官享受。

2.有人说《大电影》“纯粹是为了恶搞而恶搞”,而又有人为“恶搞贴近生活,走平民路线”叫好。后者认为,恶搞影片虽然不免俗气,但是不乏真实,真实的影片比那些看起来高雅但内容虚假的影片要有价值得多。至于那些动不动就拔高自己,强调“主题深刻”,强调“艺术性”的影片,就只能成为恶搞的素材。为什么《一个馒头引发的血案》被众多网友看好,而《无极》却招来一片责骂?为什么从小胖被他人恶搞,到很多人也自嘲自娱地恶搞起自己来?答案恐怕应该是:符合大众的文艺,才是有出路的文艺。

服 务

抛砖引玉

1. 服务是一门技巧,不细加咀嚼,个中道理很难参透。
2. 企业要重视服务观念。
3. 服务让顾客受益,商家得利能实现“双赢”。
4. 经济是专门为社会提供货物和服务



的活动。

- 5.服务的要义就是为他人着想。
- 6.提高服务质量是征战商场的有力武器。
- 7.服务贵在真诚。
- 8.人人争当志愿者。
- 9.良好的服务胜于广告。
- 10.微笑是服务的名片。
- 11.送人玫瑰,手有余香。



论点解析

有一个亿万富翁说:当今社会,有两种人要改变自己的观念,第一种人就是做服务工作的人,看不起自己是一个“服务生”和自己的服务工作;第二种就是想获得财富的人,他们私下里以为财富就是钱,钱就是财富,只要是不赚钱的事就不做。

他说服务=财富!财富=服务!

服务的过程就是学习知识提升服务能力的过程,就是解决问题积累经验的过程,就是学会做人打造个人品牌的过程,就是积累资产获得财富的过程。

使我们强大而有力的,是我们给予他人的服务,而不是坐在那里、等着别人给予我们服务。服务他人不会让我们成为仆人——它会让我们实现自我。



事实论据

1. 肯德基的店规

中美合资的北京肯德基快餐店里有一条店规:炸鸡出锅两小时后,如果仍未卖出去,就一律扔掉。当初执行店规时,许多店员对此不理解和惋惜。有人建议将这些炸鸡降价出售或分给店内职工。但美国老板

固执己见,他声称,宁可蒙受经济损失,哪怕因此而关掉店门,也必须把出锅两小时后仍未卖掉的炸鸡扔掉。顾客为肯德基的卓越品质所折服,肯德基店也因此生意兴隆。

2. 规范的 MOTO 客户服务

手机市场,飞速发展,很多手机厂商应该怎样应对才能获得消费者最大的满意?作为业界领先的手机供应商,摩托罗拉有着一整套行之有效的办法,比如,活跃在摩托罗拉客户服务领域的 TFE(Teaming For Excellence 的缩写,意为通过团体协作来取得优异的成绩和表现)小组,就为售后服务的规范化、科学化发展,立下了汗马功劳。

完善的客户服务靠的是先进的服务理念,完善的服务网点,成熟的服务流程。但是,其中所牵涉到的却是千头万绪。正是充分意识到这一点,摩托罗拉才花大量人力物力,组建跨部门的 TFE 小组,其目的就是使服务的价值链更加有序、科学,也更加充满活力。

3. 做生意的秘诀

一天,一个乞丐来到了美国一家大的面包店内。当店员包好一个面包准备递给那乞丐时,他看到那乞丐脏乎乎的手,很是反感。面包捏在手里犹豫了一下。这时,正赶上老板走过来,看到了这一情景,连忙接过店员手中的面包,非常有礼貌地递给那个乞丐并微笑着说:“欢迎您再次光临。”

乞丐走了,店员不解地问老板:“您干吗要亲自招呼这样的人呢?”老板回答说:“这是起码的商业道德,也是我们做生意的秘诀。”



4. 服务一流的中州假日酒店

郑州地处我国中部,旅游景点并不多,外来人员和游客数量也不多,所以宾馆酒店之间的竞争非常激烈。在这种环境下,郑州中州假日酒店却一直生意兴隆,这主要归功于该酒店的优质服务。酒店花大力气对员工进行长期集中的培训,使他们具备良好的服务素质。酒店还为客人提供免费接机的服务;客人到了酒店,有专人负责他们的行李;所有服务人员见过客人第一面后,就能记住他们的名字。因为上述的理由,虽然该酒店的价格与五星级饭店相差无几,但客人还是倾向于选择在这里住店。

5. 沈浩:践行信念好村官

沈浩是安徽省财政厅派驻小岗村的选派干部。他带领村民办工业、兴商贸、科学种田,以市场经济的头脑发展种植、养殖和高效农业,发展农家乐生态旅游。

2006年,小岗村跻身2005年度“全国十大名村”。2007年初,小岗村被授予安徽省乡村旅游示范点称号。2006年底,沈浩任职三年届满即将离开。小岗村村民们在挽留沈浩的申请书上按满了鲜红的手印,请求沈浩带领他们再干三年。沈浩留下来了。又是三年的默默苦干。

2009年,任期又将期满。186名小岗村村民又在挽留沈浩的申请书上按下红手印。这一次上天让村民们的愿望落空了。2009年11月6日,沈浩在小岗村临时租住的房子内去世,年仅46岁。这一次,沈浩永远留在了小岗村。

6. 怠慢顾客奖

在澳大利亚有一家叫索非利波的化妆

品商店,因营业员的服务态度恶劣,以致商店老板非常生气,于是在商店门口贴出一张通告:凡是到本店购买商品的顾客,无论是看货、购货、退货,遇到营业员有失礼之处,只要顾客向老板提出,商店将发给顾客一笔“怠慢顾客奖”,奖励有现金和化妆品两种,顾客可任选一种。而发给顾客们的“怠慢顾客奖”,就要从一周内有两次被顾客提意见的营业员的薪水里扣除,如一周内有三次被提意见,这位营业员就会被辞退。通告贴出去后,营业员的服务态度顿时热情起来。

7. 中国垄断性行业服务有待提高

中国垄断性行为的服务态度低劣,这是众所周知的。据统计,某市全年因服务态度遭投诉的垄断性行业(包括邮局、电信公司、燃气公司等单位)的投诉比例高达60%左右。而下面的例子可以说是全国普遍性的问题。

张先生订了几份外省报纸,见迟迟未到,自然去邮局询问,答复竟然是:“上面送什么报来我们就送什么,我们怎么知道为什么没送来……”张先生说,我是在邮局订的报纸,而他们竟说不知道,我们还能到哪里去查?本想她们会回答一句:“对不起,让我们去查查吧!”也就满意了,但也得不到。

至于在排长队后领款不顺利的例子就多次见诸报上的批评了。一位留日学生写的短文,提及他在日本邮局取包裹,仅等了5分钟,邮局小姐便连说了十几句:“真对不起,让您久等了!”对比之下,我们的服务态度真的有待提高。

8. 总统与出版商

据说,有位美国出版商,有一批滞销书,久久不能脱销。一天他忽然想出一个主意,给总统送去一本书,并三番五次去征求意



见。忙于政务的总统不堪其烦，便敷衍了一句：“这本书不错。”出版社立即用这句话大做广告，书立即被一抢而空。不久，出版商又有新书卖不出去，便再送一本给总统。总统这回有心奚落他，说：“这本书糟透了。”出版商脑子一转，又做出广告：“现有总统讨厌的书出售。”不少人出于好奇，争相购买。第三次，总统接受了前两次的教训，不作任何答复，出版商仍然大做广告：“这是一本连总统也难下结论的书。”再次引起轰动。



服务是什么

服务是什么？服务是一种奉献，是一种特别的关爱。服务是寒夜里亲人为我们送上的一杯暖茶，服务是滂沱的大雨中别人为我们撑起的一方晴空，服务是我们跌倒时，朋友伸出的一只友谊的手。雷锋的螺丝钉精神，李素丽的亲切微笑，徐虎的爱岗敬业……都是最好的诠释。

服务是一种幸福，无论是服务者还是被服务者，那一声会心的笑，已将幸福之感自然地流露。服务者的无私奉献，在这笑容中得到满足；被服务者的感动，在笑容中传递。正如我们的老师在讲台默默地奉献自己的一生，当知道学生有作为时就由衷地高兴；也正如我们的母亲含辛茹苦地把我们拉扯大，当听说孩子有出息时就噙满泪花，我们能不为之感动吗？能不为有这样的师长感到幸福吗？

服务是一种风尚，是中华民族生生不息的崇高精神。我们古代的文明，因为她而灿烂；我们的历史文化，因为她而辉煌。服务

造就了我们的历史，也在创造着我们的未来。中华民族一颗颗为人民服务的心凝聚在一起，成为一股巨大的向心力。当“非典”威胁着人民群众的健康时，全国上下众志成城，同仇敌忾，“服务”成了全民的自觉行动。你为我服务，我密切配合；你需要服务，我服务到家。我们的白衣天使面对死亡的威胁，更是义无反顾，一往无前，服务在抗击“非典”的最前线。最终“非典”在全国人民的“服务”面前却步。

春风轻拂过之后，把春意撒向大地；流星划过天际之后，把美丽撒向夜空；花朵开过之后，把果实留给枝头；而服务者在服务之后，把爱撒向了人间。正如一首歌中唱道：“只要人人都献出一点爱，世界将变成美好的人间。”我们要把有限的生命，投入到无限的为人民服务中去。服务，沿着历史的古道一路走来，随着长江黄河奔流不息。我们赞美她，歌颂她，默默地奉献她。如果有人要问服务是什么？我说，是阳光、是繁星、是明灯、是花朵、是爱的播种机。朋友们，让我们尽情地播撒爱的种子，让服务永暖人间。

包装



抛砖引玉

1. 广告是市场经济发展的必然产物。
2. 透过广告也能了解一个时代的价值观、文化等。
3. 适当的包装是有必要的，但要做到内容和形式的统一。



4.广告有许多弊端,虚假广告误导消费者。

5.生活中人也需要包装。

6.生活中人要素面朝天。

7.外在包装不如内在修养。

8.讲包装更要讲内涵。



论点解析

经济学家说,包装是商品经济的产物,它可以促进销售,宣传形象。

生物学家说,包装是一种本能,一种通过改变外在形象而达到目的的本能。

政治学家说,包装是一种借口,一种在众目睽睽下干坏事而不脸红的借口。

犯罪学家说,包装是一种欺骗,是一种能使人黑白不分的骗术。

广告商说,包装是做广告,把优点扩大一万倍,缺点缩小为万分之一。

商品需要包装,精美的包装,可以引起人们的购买欲,扩大商品销路。

人也存在着包装的问题,从广义而言,人们在日常生活中不免要穿着打扮,这除了为御寒或透凉的需要外,还由于美的需要,爱美之心人皆有之嘛。因此,在不同国家,在同一国家的不同时代、不同地区、不同民族、不同气候条件……都由于他们审美观念的不同,存在着不同的穿着打扮,也就是不同的包装。这是十分正常的,人们都习以为常。久而久之,也就形成不同国家、不同地区、不同民族、不同文化的一个组成部分。



事实论据

1.千金买骨

古时有个君主欲以千金买千里马,三年

也未买到。后来他派出一个内侍,这个内侍竟用五百金买下死千里马的骨头,国君大怒。内侍说:“天下人得知你肯花五百金买骏马骨,千里马必然会来。”果然,此事一传开,有良马者争售,不到一年就得到千里马三匹。这个故事亦作“千金买骨”或“千金求骏骨”。

2.包装要从实际出发

从前,有一头驴子,因为很愚蠢而被人们叫做蠢驴。“我要改变自己的形象。”驴子想,“听说穿戴是树立形象的最简单的方法,我就做一件最好的衣服来穿吧。”于是驴子就做了一件缀满金子的衣服,美滋滋地穿在身上。驴子穿着黄灿灿的金衣服招摇过市,可人们见了它却说:“瞧,蠢驴来了,蠢驴来了,还穿着又笨重又容易被抢劫的黄金衣服,真是太愚蠢了。”驴子听了,只得灰头土脸地跑回家里去……

3.成功的包装策划是打开市场的捷径

虽然时隔很久,我仍能清楚地记得“别克”汽车的广告:伴随着铿锵而悠扬的小提琴声,一辆俯瞰如水滴般流动的红色“别克”,穿行于绿荫之中。令人神往的画面,心醉的乐曲,没有一句语言却胜过任何言语。直到现在,我仍执著地认为它是广告中的精品。在与同学的闲聊中,其他人也有同感,甚至还有立志非“别克”不买的。可见,广告对商品的包装所产生的效果不同凡响。

4.九方皋相马

秦穆公欲求千里马,因伯乐年迈,就托他介绍相马的人。伯乐就把和他一样有名的相马专家九方皋推荐给秦穆公。九方皋