



2017 年天津公务员考试申论试题

永岸公考网校

www.chinaexam.org

2017 年天津公务员考试申论试题

材料一

当下社会，一切都和速度直接挂钩：飞机当天往返，火车夕发朝至，教育要趁早，就业要抢先，毕业就买房，爱情变速配。新世纪以来社会变革加快，利益结构调整，人们的经济地位被重新洗牌，对未来前景的不确定，使很多人心浮气躁，这与转型期带来的阵痛密切相关。

以往，只要是名牌大学毕业，就不愁找不到称心的工作；现在，城市化进程的不平衡性导致大城市人口拥挤，选择“好”职业的难度加大，即便是名校硕士、博士，找到的工作也不一定合意。为了在竞争激烈的就业市场占得先机，大学生纷纷成为“考证族”。王某是一名法律系在读研究生，刚刚通过国家司法考试，拿到了法律职业资格证。研究生还没毕业，为什么现在就急着参加司法考试？王某说，有了证，马上就能在律师事务所实习，就业时就能抢先一步。

在互联网时代，每天遇到海量信息，面对各种诱惑，身处不断的比较中，很多人担心被时代落下、害怕被别人超越。赵某是某 IT 公司软件工程师，最近刚跳槽到另一家规模更大的公司。大学毕业不到 5 年，他已经换了 3 份工作。“房价涨，收入低，晋级慢，在网上看到别的公司待遇更好，就想通过不断跳槽寻找新机会。”赵某说。

大城市居住不容易，单是房价就已经透支了很多人大半辈子的财富，再加上高昂的教育费、医疗费等，一个人不拼命工作还真不行。某微博用户晒出一张图片：“山东某知名 IT 公司要求员工申请自愿放弃年休假，实行 6×12 小时工作制：每天工作 12 个小时、每周工作 6 天，春节、国庆等长假期间也要随叫随到。”面对如此苛刻的要求，却有不少人积极响应。一位响应者说，“对我们年轻人而言，大学毕业后能前行多远，不仅仅是个人能力的问题，如果没有父辈的外部支援，自己又不使劲上位，很难在大城市站稳脚跟。”

美国发明家富兰克林说过：“时间就是生命，时间就是金钱。”这句话作为大工业时代的座右铭，影响了整个世界。快速、高效的观念深入人心，成为人们自觉不自觉的选择。现代社会物质条件的进步也加剧了人们的这种心理。电话不普及的时候，人们已经习惯了几天才收到一封信，但在手机随处可见的今天，几分钟内对方没有回短信，人们就会嫌慢；在自行车与有轨电车还是主要出行工具的时候，等半个小时的公交车不足为奇，但现在，出行越来越便捷，却连打的都还忍不住叮嘱司机开快点。互联网的出现更大大改变了人们的生活方式，速度更快，变化更多，时间的价值更宝贵。很多人习惯了 24 小时开机，习惯了半夜被人从梦中叫醒谈工作，习惯了长期频繁加班。这种生活给现代人带来物质回报的同时，也导致了精神的疲惫和身体的损害。某网站的调查显示，我国已成为全球工作时间最长的国家之一，人均劳动时间超过日本和韩国。一些白领虽然报酬较高，但白天夜里都要紧张工作，生活很不规律。

某互联网公司的一位员工说：“连夜加班，刚开始你也许无法适应，但是时间久了你会觉得，如果周围人都在加班，你早走了就显得很特别。虽然没有强制加班的规定，但公司里许多人都在‘抛妻弃子’、挑灯奋斗。因为你不加班，就比不过加班的人。”有人估算，我国每年因过劳去世的人多达 60 万，其中媒体人、科技工作者、

互联网企业员工中死于过度疲劳的比例最高。

不停加班，带来了一系列健康问题，频繁跳槽、朝三暮四对心理的影响也不容小觑。比如，盲目跳槽的人在辞职过程中的无奈，重新选择时的焦虑，以及应聘新企业来回的奔波，都会极大地影响个人情绪。尤其是跨地区跳槽，从一个熟悉的环境到一个陌生的环境，前景的不确定性会给人带来更大的心理压力。

我们还是发展中国家，很多方面不能跟发达国家比，确实需要加快发展、早日富强，而且在我国推进市场化的进程中，人民群众有改善生活的强烈需求，这是我国社会保持较快发展的内在动力，处于这样的历史阶段，想要控制发展速度并不容易。因此，根本的解决之道不在于刻意放缓发展节奏，而在于防范快速发展过程中容易出现的失衡。政府要建立健全社会保障体系，创造更畅通更多元的发展通道，减轻人们的工作和生活压力。同时，个人也要积极调整心态，特别是年轻人初涉职场，要学会找到适合自己的节奏和平衡点，留出空间去调整身心状态，审视事业的计划和目标，体会人生的意义。

材料二

H集团张总在一次中层干部会议上问到：什么让石头漂在水面上？答：速度，速度能使沉甸甸的石头漂起来。H集团对“速度”的执着简直达到了无以复加的程度。贴满集团工厂、办公室各个角落的是集团的行动理念“迅速反应，马上行动”。H集团是“速度”最忠实的践行者和最大的受益者。“速度能使沉甸甸的石头漂起来”的潜台词是速度可以创造奇迹，速度可以以弱胜强。H集团诞生的时候只是一家破败的工厂，家底几乎是一穷二白，而实力强大的、国际级的竞争对手早已群雄环伺。H集团在短短二十年的时间里，在强势洋品牌的夹缝中发展壮大，成为了行业的标杆企业。一个服务商对H集团的速度感触颇深，某天下午，他刚在H集团总部确定营销方案，第二天飞回北京，吃惊地看到北京的卖场里这套方案的活动物料就已经全部布置完毕。

F公司曾作为餐饮行业的一匹黑马，在短时间内扩张到700多家店，可是标准化缺失的扩张使其产品质量和口碑迅速下滑，不得不壮士断腕，将门店数缩减了一大半，又回到了起点。无独有偶，J集团看到房地产市场前景广阔，迅猛扩张，销售金额、营业收入同比大幅增长，可是净利润却较上年明显减少。由于J集团无暇顾及细节管理与体制更新，风险控制机制也没有及时完善，成长节奏被破坏，本该大步向前的公司步履艰难了起来。

材料三

商场如战场，一旦错失稍纵即逝的发展机遇，就可能导致企业陷入困境。很多大公司从辉煌到暗淡的退变都让人唏嘘。在某知名电脑厂商M公司，要想将一张桌子从一楼搬到三楼需要3个月的时间。在那里，为何搬、谁来搬、怎么搬都必须层层汇报和批示。企业做大后，有时候就会出现“大公司病”，反应迟钝，行动缓慢。个人电脑的概念是由M公司首创，但当其他电脑公司的同类产品迅速崛起并占领市场后，M公司的个人电脑却几乎被人们淡忘。作为一家有着百年历史的企业，M公司曾是整个科技行业的风向标。许多电脑行业今天盛行的理念都来自于这家企业，但是它没有及时把这些理念付诸实践，后来这些理念被竞争对手借鉴并发扬光大。许多大公司并不是没有机遇和环境，但它们常常迷恋过去的辉煌，满足于既有经验，因而错失转型良机。当年某

品牌手机曾盛极一时，然而它死守自己的模式，不屑于手机智能化的时代潮流，导致陡然衰落，被其他企业收购。有些失去辉煌的公司很不甘心：我们并没有做错什么，但不知为什么，我们输了。

1987年，国际餐饮巨头K公司在中国开设第一家店，5年后仅开了10家店。这5年K公司在干什么？他们在摸索中国市场规律，调研中国人的口味特点，了解中国的社会和文化，构建具有中国特色的管理架构。等到K公司的经营体系完全与中国市场磨合适应，扩张才突然加速。从100家店到400家店，从800家店到1500家店，他们仅仅用了一两年的时间。

W公司是一家互联网企业。2010年，该公司李总曾放言互联网企业的高增长可以持续10年；2013年前后，公司果然以200%、300%的年同比增长率在膨胀；2015年，李总公开宣称公司的发展策略仍然是扩张、扩张、不断扩张。但很快，李总改变了公司大举扩张的策略，他说“还是要脚踏实地，很多企业想一口吃胖，很容易‘撑死’”。该公司在主动给自己的扩张降速的同时，把订单送达的速度提高了，换取更高的客户满意度。因此，对于W公司而言，主动降速不是急流勇退，而是在为下一步的跳跃做准备。以退为进，有了助跑，才能跳得更远。

材料四

中国车市在经历了迅猛扩张，成为世界最大单体市场的同时，也渐渐放慢了自己向前的步伐，如同中国经济一样，步入新常态阶段。从十二年前的白手起家，到如今已经赫然位居行业第一集团，D公司创造的速度奇迹在业界声名显赫。从最初的单一车型开始，到如今已经成功完成了主流市场区间的全产品布局；从最早只有一个工厂，到现在的四地八厂；从初始的单一合资品牌，到现在坐拥主流合资两大品牌；从零起步到600万保有客户，这一切只用了12年的时间，D公司就快速地完成了从“小字辈”到“大体系”的转变。

然而，在中国车市进入“新常态”已然不可逆转的今天，D公司过去单纯的快速发展模式已经不适用了，对此，该公司周总表示：“车市的新常态只是意味着车市进入到一个新的发展阶段，速度下了一个台阶，并不意味着车市发展的黄金时代已经结束。在新常态下，快是一种质量，慢是一种智慧。未来我们要从‘要素驱动’转化为‘创新驱动’，对企业体系进行全面的优化升级，努力实现‘快’与‘慢’的平衡，以更稳健、更具核心竞争力的姿态，去应对车市新常态。”

随着互联网、信息技术的发展，消费观念的成熟，中国车市进入了以用户为中心的精细化、个性化时代，D公司顺应时代变化，通过基于大数据分析的营销管理和创新，继续保持迅捷的市场反应速度、高效的体系反应能力、迅速的消费响应能力。公司专门成立了数据营销部门，打造国内首个汽车品牌自建的线下线上一体化开放平台，通过互联网手段持续跟踪、收集、分析消费者的需求变化趋势，根据所得结论及时制定和推进符合用户兴趣点的营销计划；同时，产品年轻化的节奏也依然保持着“快”的本色，不断推出符合年轻人口味的高颜值产品。

与此同时，为了实现企业高效的执行力，D公司在其内部进一步提升企业的全价值链体系竞争力，着力打造高效务实具有凝聚力的经营团队，整合企业及合作伙伴资源，充分挖潜，增强每个工作环节的协同效应，让所有部门为同一目标共同发力，实现体系竞争力的最大化。

如果说D公司过去的发展模式是“要素驱动”，那么如今全新体系竞争力的打造，就是以“创新驱动”为核心，推动品牌建设、产品营销、人才体系等每一个层面的发展。D公司坚持品牌向上战略，升级创新自主品牌，不断引进最新技术的国外品牌，以更具时代感、互联气质的品牌印象去赢取更多年轻用户的心。公司旗下的某品牌早已启动了以纯电动汽车为方向的新能源汽车发展战略，未来将以“用户体验”为核心，通过一系列的创新营销手段，逐步将先机转化为市场优势，全面推进该品牌的市场普及，形成新的市场增长点。人才体系的全面升级是确保体系竞争力向卓越跨越的最基础保障。对此，D公司启动了被称为“企业大学”的人才培养计划，针对不同发展阶段、不同类型的员工精心设计培训项目，努力打造核心关键人才团队，通过一揽子人才提升战略去挖掘年轻人才，充分发挥优秀年轻员工的创新活力，让新思想、新创意成为D公司下一阶段发展的核心驱动力。

材料五

随着社会经济发展，越来越多的人在度假方式上，开始追求一种闲适的节奏：或是在家陪陪家人、或在田园放松心情、或做点无用的事……而这种观念也正是社会更加成熟自信、文明进步的一种表现。

A市位于我国西部地区，具有丰富的旅游文化资源，是一座以旅游立市的小型城市。近年来，该市以休闲生活为旅游新卖点，提出“在这里正大光明地浪费光阴”“没有任何一件事情是必须做的，只需随心住下，随性闲游！”等旅游消费主张来吸引游客，受到游客们的青睐。

在黄金周假期前两天，传来了“高速免费”“景点降价”的消息。A市市民汪先生因担心人满为患，临时取消了长途出游的安排。当换种度假方式时，他很快便开始享受这种新的节奏了。汪先生携妻儿开车来到郊区一个水库，在青山绿水间垂钓，中午就地野餐，傍晚则将一天的收获带回家做成美味鱼汤。汪先生告诉记者说：“尽管只钓到七八条小鱼，但一家人在一起的亲近感让我觉得幸福不过如此，这种生活正是我向往的。”28岁的胡女士则在黄金周期间选择宅在家做卫生、看书、喝茶……她说：“刚工作时遇到假期不是在各家亲戚间奔波，就是在人山人海的景点抢镜头，不然就觉得虚度了。现在我宁愿做什么事都无需紧赶慢赶，享受悠闲的生活。最好的景致就在自己心里。”

2016年，A市新市长上任后，经过调查研究，系统提出了“打造休闲生活旅游城市，提高居民生活幸福感”的构想，重点围绕本地旅游资源，加强规划建设，将现代化理念与传统生活方式相结合，进一步打造“四季如春、休闲养生”的旅游生活城市，使游客和本地市民在这里不仅可以享受现代化带来的各种便利，更可以过上一种健康闲适的幸福生活。这一构想的提出得到了市民的支持。

材料六

19世纪末的美国传教士雅瑟·亨·史密斯在《中国人的性格》中称中国人是“漠视时间的民族”，随着中国社会日益加快的现代化转型，中国逐渐变成了世界上最忙碌的国家之一。现在，越来越多的人开始重视从紧张的节奏中解脱出来，享受闲适。有学者表示，这种心理的变化轨迹正是社会进步的表现，体现了后工业时代的幸福导向型生活。随着这种观念的流行和它所催生的产业经济，未来人们会有更加丰富多彩的选择。

某地以城市主干道为中心的部分城区被辟为了供市民体验的休闲生活街区。然而，街区内外可谓冰火两重天。一方面，街区内骑自行车的人、步行的人、摆地摊的人，悠然自得；另一方面，在范围更广的周边路段，平常就不顺畅，再加上很多出行的私家车分流至此，拥堵状况可想而知。本来周末出门，很多时候就是不得已的，有的是要加班，有的是趁休息去超市采购或带孩子短途旅游……开车出来就是为了图个快、图个方便。现在速度确实降下来了，人们的心里恐怕只有更多的焦躁，还何谈享受生活呢？这种矛盾值得人们深思。

事实上，要想让人们在某一种生活状态中得到享受，那首先得是人们的自主选择，而只有依靠整体性的社会发展，人们才有充分的选择权。法国于1998年首倡“无车日”，那时法国人均GDP就已经达到24000美元，每周工作时间更是少到让人艳羡的35小时。反观中国目前的情况，2014年人均GDP刚超过7000美元，相当多的劳动者为了体面的生活，连法定的带薪休假甚至双休都放弃了，此时就谈休闲生活，未免过于奢侈了。

倡导休闲生活，要以现实为基础，尊重公众的选择权，尤其要避免给公众“添堵”。倡导要发挥作用，靠的是公众的自觉响应。如果不顾现实情况，违背人们的自主意愿，倡导活动不仅无法落地生根，甚至会因为给公众“添堵”而招致反感。职能部门工作要做得更精细，考虑要更全面，让公众真正感受到好处、享受到便利，所倡导的休闲生活就会成为人们自然而然的選擇。

材料七

近年来，泰山景区注重泰山主题文化的重现，以文化体验为主的观光游发展迅猛，游客总量逐年攀升。在游客量保持较高水平的同时，如何解决好均衡游客分布、延展产业链条，让游客留下来的问题，实现从景点旅游向全域旅游的转型，成为泰山景区发展的一项重点。

为了营造最具中国特色的国际慢城，打造闲适从容的理想栖居，泰山景区规划建设泰山慢谷，打造景区东西两翼“慢生活”区，调整泰山景区旅游发展供给侧，希望通过引入慢城文化探秘泰山亲切、闲适的另一面，以平安长寿、健康养生、闲适宜居、泰山文化为四大特色，建成国际慢城。未来，泰山慢谷的建设将有效疏解泰山人流，吸引更多客源，增加游客停留时间，从而带动消费、促进经济腾飞。

泰山景区无论是区位条件，还是自然资源、文化资源，都有利于建设国际慢城。根据初步规划，泰山慢谷总面积为62.37平方公里，包括大津口乡下的9个行政村和天烛峰、玉泉寺两个景区，区位条件得天独厚。天烛峰和玉泉寺两个景区的开发已经成熟，能迅速融入泰山慢谷的建设中。大津口乡位于泰山东部，交通便利，乡政府驻地距高铁站12公里。乡内有两条主要道路，连接全乡大部分村落。乡内河流大多为自然河流，村落建设基本都沿河流分布。大津口乡共计1.5万余人，民风淳朴，居民仍然保持有机餐饮的习惯，人口规模和生活方式都适合建设慢城。大津口乡还是山东省“乡村记忆工程”试点乡镇，拥有独特的自然环境和优越的宜居环境，以及丰富的非物质文化遗产和丰厚的人文历史。

泰山慢谷的总体定位是以壮美山川、深谷秀水、古树茶园、石筑原乡为生态基底，以慢生态、慢出行、慢生活、慢产业、慢服务、慢协作为营造方式，将国际慢城理念与泰山文化自然双遗产深度融合，突出泰山独有的生态特色、文化特色，打造集养生、休闲、度假、体验等中高端旅游产品于一体的国际慢城。

泰山慢谷力推自身独有的特色，包括全时旅游、标志产品等。结合四季特色，推出四季慢运动、四季慢生活，春赏花采茶、夏耕读研学、秋登高采摘、冬养生滑雪，同时开发系列标志土特产、吉祥物、工艺品等。

泰山慢谷的建设摒弃了将慢城市建设等同于旅游开发、旧村改造的传统模式，创新提出了“景区、园区、社区、乡村”共建共享的模式。泰山慢谷将泰山的历史文化、民间传说进行梳理，通过智慧解说系统、旅游项目、体验项目等弘扬泰山文化。根据区域内不同的自然和文化优势，泰山慢谷进行分区规划。核心区域在慢谷小镇周围，这里将举办泰山论坛、文艺表演、美术展览等。此外在不同的区域分别建设花乡慢谷、禅修慢谷、养生乐园、耕读农园、记忆家园、慢活彩色森林等。

问题一

根据给定资料 1，概括当前社会上求快风气产生的主要原因。（15 分）

要求：

- （1）全面、准确、简明，有条理；
- （2）字数不超过 250 字。

问题二

根据材料 4，总结 D 公司的成功对于企业适应新常态有哪些值得借鉴的经验。（20 分）

要求：

- （1）紧扣材料，内容具体；
- （2）分析透彻，条理清楚；
- （3）不超过 300 字。

问题三

为推进休闲生活旅游城市建设，A 市政府将召开一次由市民代表、专家学者参加的座谈会，市长将在会上作开篇讲话，请你结合给定资料 5-6，为市长草拟一份会议讲话提纲。（25 分）

要求：

- （1）切合主题，内容具体；
- （2）条理清楚，层次分明；
- （3）字数不超过 500 字。

问题四

参考给定资料，以“平衡”为主标题，自拟副标题，自选角度，写一篇议论性文章。（40 分）

要求：

- （1）观点明确，立意深刻；
- （2）联系实际，不拘泥于“给定资料”；
- （3）思路清晰，语言流畅；

(4) 字数在 1000 字左右。

参考答案

问题一

转型期阵痛，利益结构调整，经济地位重塑，前景不定，人们心浮气躁。

1. 生活工作压力大。城市化不平衡，城市人口拥挤，求职晋级难，竞争激烈；收入少，生活成本大。2. 观念环境影响大。物质条件、互联网进步，使时间的价值更宝贵，高效快捷观念深入人心；互联网时代信息量大、诱惑多，身处比较中，担心被落下。3. 国情现状难改变。国家仍在发展中，群众改善生活的需求强烈；发展失衡，社会保障体系不健全，发展通道单一。

问题二

1. 创新营销管理，把握消费者需求。基于大数据分析，成立营销部门，打造线下线上一体化开放式平台，制定符合用户兴趣点的营销计划。

2. 注重产品创新。保持产品年轻化、更新快的节奏，推出符合年轻人口味高颜值产品。

3. 提升全价值链体系竞争力。打造高效务实具有凝聚力、执行力的经营团队，整合资源，充分挖潜，增强协同效应。

4. 提升品牌，创新技术。坚持品牌向上战略，升级创新自主品牌；引进外国技术，以更具时代感、互联网气的品牌吸引年轻人；抓住市场新动向，拓展行业新领域。

5. 加强人才队伍建设。启动人才培养计划，针对性设计培训项目，打造核心团队，挖掘年轻人才，发挥创新活力。

问题三

关于推进休闲生活旅游城市建设的讲话提纲

随着社会经济的发展，人们休闲时间增多，开始追求闲适的节奏。本市具有丰富的旅游文化资源，以休闲生活为旅游新卖点，受到游客青睐。

建设休闲生活旅游城市有利于：让人从紧张的节奏中解脱出来，享受现代化带来的便利，过健康闲适的幸福生活；促进经济发展，丰富人们的选择，推动社会文明。

然而，建设过程中也有诸多问题，需要重视，如：假期人数多，体验差；城区规划不合理，市内打造休闲区挤占公共道路空间，导致拥堵；社会发展落后，收入少，缺少旅游条件和保障。

为此，我市已提出“打造休闲生活旅游城市，提高居民生活幸福感”的构想，围绕本地旅游资源，加强规划建设，优化布局，合理开辟休闲生活街区；将现代化理念与传统生活方式相结合，打造“四季如春、休闲养生”的旅游生活城市；以现实为基础，尊重市民选择，保障交通顺畅，满足日常工作生活需要；职能部门工作要做得更精细，考虑要更全面；发展经济，提高市民收入，让休闲成为民众自然而然的选择。

问题四

平衡

——幸福生活需处理好“快”与“慢”的关系

老话虽说“速度造就成功”，但老话又说“过犹不及”。环视周遭，有多少人因追求工作的快速高效而长期加班最终患上重疾，又有多少企业发展之初就因盲目扩张而最终倒闭，甚至有些父母为了咿呀学语的孩子将来有出息而追求超前教育……一幕幕因“快”导致的悲剧令人扼腕。我们亟需重新审视我们的生活，找到“快与慢”的平衡点，让悲剧不再重演，让生活更加幸福。

我们要平衡工作与生活，让身心协调，在快节奏中享受慢的生活。随着社会变革的加快，生活成本提高，很多人不得不开启了24小时在岗的超人化工作模式。可随之而来的，人们的健康被严重透支，甚至因过劳而死亡。其实，人生不仅有工作中的金戈铁马，独当一面，还有生活中的兴趣、闲暇、情感。我们要找到快工作与慢生活的平衡点，既要在工作中讲究方法，告别瞎忙，提高效率；又要学会健康休闲，调整身心状态，享受休闲的生活，体味人生的意义。

在“快”的皮鞭的驱使下，不仅造成了生活和工作的失衡，同样也给企业的发展带来重创。

企业发展需平衡速度与质量，自身和时代，让企业稳定发展，长远发展。速度是发展的第一要义，但不是事事讲速度。对于企业而言，战略上应该慢下来，思虑周详，战略才能决胜；行动应该高效，执行力强才能从“小字辈”做成“老字号”。但令人遗憾的是，有很多企业为了更大的市场，更丰厚的利润，枉顾自身条件，急功近利，盲目扩张。这无异于一叶障目，一味地追求经济效益，必将忽视标准化生产，导致产品与社会脱节、质量下降，品牌贬值。长此以往，企业的发展之路必将荆棘丛生。因此，企业在保持高速发展的同时，又要结合自身发展状况，主动降速，以退为进。要敢于驱动创新，优化人才体系，提升企业竞争能力，使企业发展能够长久可持续。

现代社会，居民幸福感、社会认同感、群众归属感等的提升，需要平衡快与慢，需要政府职能部门把工作做精做细，同时发展经济，提高市民收入，让其有更多选择的权利，让快慢成为民众自由的选择。政府是居民能够拥有舒适生活的依靠，是居民能够乐享工作的仰仗；政府工作是提高群众舒适度、归属感的必要条件。“经济基础决定上层建筑”，经济条件的提高为居民生活、工作提供更多的选择权，在此基础上政府要充分听取民意，针对群众的需求，科学配置体育设施及场地，满足他们多元化的需求，切实提高群众幸福感。由此可知，国家经济条件的提升，政府职能的充分发挥是居民拥有选择权，平衡快慢生活的有力支撑。

“拳头缩回去，是为了更有力地打出去。”平衡就像中国的太极拳，不是不发展，而是更好地发展，更科学地发展，更持续地发展。“快”不是不顾一切，要注重质量，“慢”也不是懒惰，要有智慧。让我们把握好快与慢的平衡，不急不缓、不浮不躁、循序渐进、稳稳当当地前进吧！