**拓展资料**

**南水北调工程中的科技创新成果**

在南水北调工程科技工作中，取得了大量的新产品、新材料、新工艺、新装置、新计算机软件等科技成果，完成了专用技术标准13项（如《丹江口水利枢纽混凝土坝加高施工技术规定与质量标准》《渠道混凝土衬砌机械化施工技术规程》《渠道混凝土衬砌机械化施工质量评定验收标准》等），申请并获得国内专利数十项（如“重力坝加高后新老混凝土结合面防裂方法”“长斜坡振动滑模成型机”“电动滚筒混凝土衬砌机”“电化学沉积方法修复混凝土裂缝的装置”等），部分科研成果已应用到工程设计与施工中，对工程质量和进度起到了保障作用。多项科技研究成果获得了国家与省部级科技奖（如“大型渠道混凝土机械化衬砌成型技术与设备”获得国家科技进步二等奖，“低扬程水泵选型关键技术及应用研究”获大禹水利科学技术二等奖，“淮安四站泵送混凝土防裂方法研究与应用”获水利部大禹水利科学技术三等奖，“PCCP输水阻力试验研究”获水利部大禹水利科学技术三等奖，“中线一期工程长距离调配与运行”获教育部科技进步一等奖）

------节选自中国南水北调工程网站

**数据处理案例：“00后”的消费观念**

2018年，腾讯发布了《腾讯00后研究报告》。这份报告基于腾讯社交大数据，收集了72位“00的网络日记、24位“00后”的深度访谈，以及超过1.5万份的调查问卷。该报告从“00后”所处的经济、社会背景出发，对他们的消费观念进行了研究和分析，得到如下结论。

①更向往专注且有信念的品牌和偶像。他们会了解品牌和偶像背后的故事，不只是要和别人消费的不一样。92%的被调查者认为偶像应该坚持自己的兴趣。

②愿意为自己的兴趣付费。他们会以某个领域的深刻见解和创造来定义自我，并为此投入很多时间和金钱。

③在自己能力范围内付费。他们的自我认知相对较高，知道自己能够消费到什么,84%的访谈受众表示，自己不会消费超出能力范围内的产品。

④内容=社交工具。他们渴求和同辈有更多的互动，而内容是激发互动的工具，也是他们展示自身所长的方式。60%的访谈受众表示，会在社交平台上发一些内容给朋友，以激发彼此的互动。

⑤国产品牌不比国外品牌差。现在“00后”在学校更洋溢着民族自豪感和自尊心，支持国产变成了他们关心国家的一种方式。超过一半被调查者认为国外品牌不是加分项。

年轻消费新势力的喜好永远是流行的导向之一，报告中关于“00后”的成长背景和消费理念，对于品牌而言有着重要的参考价值。因此，腾讯社交大数据的数据处理结果，对于各商家的产品布局、品牌营销等各项经营决策具有重要指导意义。

------节选自《腾讯00后研究报告》