# 语文教学路漫漫,其修也远矣

来源：网络 作者：清风徐来 更新时间：2025-06-27

*第一篇：语文教学路漫漫,其修也远矣语文教学路漫漫，其修也远矣——记被带教心得林倩倩今年是我参加“导师带教”活动的第三个年头，也是我独立进行语文教学的第二年。回想当初初登讲台时的紧张惶恐，再看看如今能在61个学生面前滔滔不绝地讲上一节课的自...*

**第一篇：语文教学路漫漫,其修也远矣**

语文教学路漫漫，其修也远矣

——记被带教心得

林倩倩

今年是我参加“导师带教”活动的第三个年头，也是我独立进行语文教学的第二年。回想当初初登讲台时的紧张惶恐，再看看如今能在61个学生面前滔滔不绝地讲上一节课的自己，心里不禁松了一口气。

从第一次站上三尺讲台算起，距今也有四年的时间了。那时还是个未毕业的大学生，带着在课堂上听来的零星不成系统的教学理论和学校布置的实习任务，懵懵懂懂地便站在了中学的课堂上，实现从学生到老师的角色转变。这是我人生中经历的第一次角色变化，一开始并不适应，在学生面前连简单的自我介绍都说得语无伦次，更不用提上课了。经过一个月的实习，也只勉强学会书写教案和按部就班地对着教案上完一节课的内容而已，可当时我对自己的这点小收获，还觉得十分志得意满呢。现在看来，也只不过学到了语文教学的凤毛麟角，而当时那股沾沾自喜的劲，此刻看来净是自己无知的表现。

大学毕业后，我到启明中学应聘。起初，学校并未安排我上课，而让我在教务处帮忙，同时跟着语文教研组的组长林凯老师学习。导师带教协议签订完毕，意味着我在学习语文教学的这条大河中正式扬帆起航了。我很庆幸，在初涉语文教学领域时遇到了一位既有耐心又很细心的导师。第一堂语文课试上结束后，林凯老师给予了我很大的肯定，这让那时极度缺乏自信的我，对自己的语文教学顿时有了信心。慷慨的鼓励之后，林凯老师便拿着我的教案从“教学目标”的编写，“教学重难点”的确定，逐条点评到最后的“板书设计”。拿着这份被勾画得“面目全非”的教案，我心里虽然觉得汗颜，但又不可遏制地萌生出一股满满的信心。当然，除了热心地安排我上课，细心地给我评课，林凯老师在为我示范课堂教学时也总是准备得非常充分，即使当时我不一定能领会其中的奥妙，可在一节又一节精彩生动，引人入胜的课堂的熏陶下，我潜意识里似乎明白了什么样的课堂才算是好课堂。第一年导师带教活动结束，我学会了简化教学目标，根据课标、单元目标和教参建议设置课文的重难点。但对于语文教学并没有深刻的认识。

我对语文教学的深刻体会来自我真正开始实践语文教学的第一年，可对我来说那时却是暗无天日的。因为我接连遭遇到失败的打击，同时也不断地受到学生和家长的质疑。尽管我每天晚上备课到凌晨，课堂上小心翼翼地将教案上写的一字不落地教给学生，可学生的考试成绩总给自以为很努力的我当头一棒。遭受几次打击之后，某天我才恍然大悟，原来自己一直在闭门造车。作为一个新老师，最缺乏的就是工作经验，比如对教材的取舍，对考点的把握，对课堂的掌控等。但这些都是影响学生成绩的重要因素，我如何能在最短的时间内练就老教师身上所具有的这些本领呢？别无他法，唯有听课。此后，急功近利的我，便极少去听远在初三教学的导师的课，而转向同年级老教师的课堂。本着死马当活马医的心态，听完一节老教师的课，便一股脑儿地将他的课堂生搬硬套到自己的课堂上，那会儿还颇为自己的聪明机智而自鸣得意。但学生的考试成绩出炉，便无情地告知我“此法不通”。多方努力无果后，我的心里偷偷亮起了白旗，我开始怀疑自己是不是不具备当语文老师的能力？为不误人子弟，我是不是应该考虑改行？正当我决定放弃之时，一节公开课让我对语文教学茅塞顿开。

其实在从事语文教学之前，我曾暗暗地在心里问自己，语文到底要教什么？就我自己的学习经验而言，语文似乎都是靠自学。语文课除了探讨文章的主题以及个别句子的内涵，便再无其他的内容可学了。真可谓既枯燥单调，又缺乏实用性。本着这一理念，我带着孩子们开始学习语文，到最后让自己都对这一科失了兴趣，又如何能让学生喜欢上自己的课堂呢？一次公开课结束后，从事物理教学的郑自云主任问我：“小妹，你这节公开课的重难点是什么？”我自以为很酷地，非常麻溜顺利地便将重难点脱口而出：了解作者的童年，体会他的情感等云云。

主任听完若有所思地留下一句话：“语文课堂仅仅只是让学生了解作者的故事和他的情感？难道不需要指导学生写作吗？”就是这一句话，让在语文教学上迟迟找不到方向的我，如梦初醒。原来语文课堂，不仅仅是带着学生了解作者和文章内容，而更应该关注文本对学生写作的指导意义，这才是语文教学的根本出发点和落脚点。从那之后，在备课之时，我总会将课文熟读几遍，研究完单元目标和教参后，再问问自己这节课要教给学生什么样的写作方法，然后本着一课一得的态度，剔除与教学目标无关的内容。如此一来，不仅有效地节省了备课时间，也能使得一节课的重难点更加突出。导师带教的第二年，一阵无头苍蝇似的乱飞乱撞之后，我似乎摸索出一套适合自己的备课方法。

今年的导师带教活动有了一个更正式的称谓——“青蓝工程”。“青出于蓝而胜于蓝”，这或许是校领导们启动“青蓝工程”的目的所在。他们希望我们青年教师在老教师的带领下迅速成长，练就一身扎实的教学基本功，并能在今后的教学中独当一面。我们怎会不明白领导们的良苦用心？定当本着“博学之，审问之，慎思之，明辨之，笃行之”的学习态度，踏踏实实、认认真真地向老教师取经。

**第二篇：路漫漫,其修远兮,吾将上下而求索**

路漫漫，其修远兮，吾将上下而求索

“ 对未知世界的好奇心是人本来就有的一种可贵品质，可惜我们过去的科学教育在一定程度上在不断磨灭这种好奇心，因此，今后物理课程改革中要注意加强学生对科学的求知欲，使学生乐于探索自然现象和日常生活中的科学道理，勇于探索日常用品或新器件中的科学原理。”—— 张大昌语

2025初中物理远程结束在即，回顾六天来的学习与研修过程，谈一下自己的体会和看法。

这次重点是对2025版的新课程标准进行研修培训。期间通过看视频，交作业，评论交流，在线研讨等形式展开学习和研讨。新课程标准在原来的基础上提出了新的课程目标和理念，正像研修期间的天气，后来的清爽代替了原来的酷暑。新课程理念似一股清风吹进了我们的胸膛，使原来的困惑和羁绊一扫而空——教师不再是简单的灌输、解疑答惑，而是作为一个引导者、参与者，引导学生去发现，去探索。要求我们 “为了每一位学生的发展”，建构有效的课堂教学，提高基础教育教学质量，培养符合新课程目标的具有创新意识和实践能力的人才。研修期间，特别是在线研讨期间，呈现出了非常热烈的场面，使我们的教学方式和思维方式发生了质的飞跃。

在研修期间，除了对在期间对新旧课程内容标准的对比，新的教学理念认识改变。从中对于科学探究教学我有了更加深刻的认识。

1、从注重教学的结果转向注重教学的过程

“重结果轻过程”这传统课堂教学中的弊端大家是有目共睹的。而“探究式教学”则重在学习的过程，在学习的过程中使学生思维方法、创新能力得到提高。“探究式教学”的“成果”不一定是具体的、看得见的，按传统的教学评价机制来说，其“成绩”并不是很好，因为，它侧重于培养学生的能力、培养学生创新的意识。在“探究式教学”的过程中，学习者是否掌握某项具体的知识或技能并不重要，关键是能否对所学知识进行运用，从而有所发现、有所创造。

2、从注重知识传授转向注重学生的能力发展

备课用一种模式，上课用一种方法，考试用一把尺子，评价用一种标准。探究式教学要求我们去关注、去研究学生的差异，并非好学生才有能力开展探究，应该给每一个学生参与探究的机会，注意引导同学们让每一个人都对探究活动有所贡献，让每一个学生分享和承担探究的权利和义务。

3、从注重知识的传递到注重能力的培养

当今社会，竞争激烈，对学生的要求不仅要有丰富的知识，更要有创新的意识和能力，所以现代课堂教学不仅要有文化传递的功能，更要有发展人的个性，提高人的素质，培养人的创新精神，创造能力的功能。

研修虽然已经结束，可是我却感到不一样的沉重，新的课程标准为我们提出了新的要求和努力的方向，今后的教学实践才是我们真正实施的阵地，将学生培养成符合新时代要求的人才，才是我们的重中

之重。不过有了这次研修做基础，相信我们会昂首挺胸，迎接新的挑战。

路漫漫，其修远兮，吾将上下而求索！

**第三篇：路漫漫而修远——《大国崛起》观后感2025版（模版）**

路漫漫而修远——《大国崛起》观后感

看完《大国崛起》系列纪录片中的几节，我的第一感觉就是震撼！美国、苏联、英国等九个大国，在500年的时间里演绎出一条华丽的大国之路！

相比之下，中国——这样一个古老的国度，为什么没有在近500年中成为一个大国？我思索着，答案却很明显，中国的大国之路，漫长而修远，而我们必须求索！

纵观500年来的大国，九个，分别是：西班牙、葡萄牙、荷兰、英国、法国、德国、日本、苏联和美国。这九个国家，每一个成为世界性大国的道路都不平坦，也都很曲折，但最终他们无疑都成功了，而他们的成功能够给中国带来怎样的启示，这是每一个看完《大国崛起》的人应该思考的。

我重点看的是美国、苏联和英国，这三个国家应该说是绝对配得上“大国”二字。从三个国家的发展角度看确实如此：

美国——这个国家注重的是自己的发展模式，注重科学，注重技术，应该说，是科技造就了今日的美国，也造就了一个世界霸主，美国的发展离不开“创新”。

英国——这个国家成功的标志是胆量，敢于抓住机遇，敢于挑战，敢于利用优势，可以说，是勇气成就了曾经的海上霸主，英国。

苏联——这个国家牢牢把握住了“经济”这个东西，也曾充分利用了宏观调控的力量，所以说，苏联赢在了“智慧”。

由此可见，九个大国各有“法宝”，我们可以借鉴他们，转化为自己的利器，在未来的道路上更进一步。但是有一点不可忽略：九个大国是轮流出现的！为什么这些大国，除了现在的美国以外都衰弱了，我们也要思考。

西班牙——虽然它因为海上航路的开辟获得了大量的商品输入，但是它掉以轻心，忽略了自己国内经济发展的重要性，所以被打败。

苏联——虽然很好地利用了宏观调控的力量，但是宏观调控的滥用扼杀了苏联，计划经济就是罪魁祸首……

美国——我不敢恭维这个国家一定能支撑很久，经济大萧条的时候不也被迫使用计划经济吗？2025年不也来个金融风暴吗？谁能肯定它可以坚持多久？

结合这些大国的兴衰，我才敢说中国的大国之路还很遥远。我认为中国要成为世界性的大国，至少要满足以下八种要求，而完全满足这八种要求是中国短时间内很难做到的。第一：中国要有自己的明确的发展目标。中国的发展目标目前来看就是发展经济，然后共同富裕，全国直奔小康，可是到达什么程度才是达到目标，这就不得而知了。更要命的是共产党制订的目标完全是虚无缥缈的东西，谁知道啥时候达到，所以有发展目标好，但是有明确的发展目标更好！

第二：中国要确定自己的发展轨迹，即找到适合自己的发展模式。记得在讲苏联的那一章中，有这么一句话：“当要你选择一碗粥还是选择理论时，你会先选择一碗粥。”所以，苏联说：要发展，先选择经济。但是英国呢，英国先提高科技，加强了生产力，然后才发展经济。对于中国来说，经济与科技并行发展，软实力与硬实力相结合的发展模式，或许比较适合，因为前后的两者相辅相成，互相补足。

第三：中国应该稳定国内的状态。看看利比亚，看看叙利亚，敢问这两个国家会发展吗？即使能发展，能好到哪里去？稳定的国家状态有利于发展，但并不是完全没有冲突就好，稳定指的是相对稳定，没有冲突怎么找出问题所在？

第四：中国应该敢于接受挑战，学会抓住机遇。英国就是一个例子，当初发现新大陆的时候，英国就利用自己的海上优势，大力发展海洋竞争力，也成为了霸主。中国在国际化的过程中也要抓住机遇，利用已有的优势，把自己打扮一下，伪装一下，杀进国际市场。

第五：中国要注意思想文化的进步与崛起。思想文化的崛起是发展的根本之一。在英国，因为牛顿、瓦特的发现，使得英国拥有了更加强大的生产力，这就证明了一句话：少数人的眼界，决定多数人的世界！中国要是注重思想文化的崛起，说不定哪一天，中国也出来一个牛顿，也出现一个瓦特，带领中国完成工业化、现代化，所以思想文化也很重要。第六：要崛起中国必须拥有自己最核心的竞争力。在纪录片中，不难发现，美国的核心竞争力是科技，英国的核心竞争力是工业或者说海洋，而像现在的俄罗斯的核心竞争力是能源。那中国的核心竞争力是什么？现在看来应该是没有的，而且应该是一个都没有，既然没有，那就别想成为世界性的大国。

第七：中国要加强体制的创新。体制的创新能够为发展提供动力。英国君主制帮助英国铸就了英国早期的辉煌，虽然后来证明君主制不是最完美的制度，但是这个制度也曾经起到过作用。中国现在的体制是中国特色社会主义，那就发挥它的延展性，不断完善和创新，使得中国特色社会主义能够发光发热。体制的创新还不仅限于国体，各种制度都有创新的空间，比如教育体制、经济增长体制等等。需要不断摸索，不断前进。

第八：学会合作。合作是智慧的产物，它能够加快地区化进程。欧盟就是一个例子，欧盟曾经辉煌过，现在也还算是，它在金融风暴中都没有倒下，合作的优势和力量可见一斑。中国现在跟清朝有点像，清朝是完全的闭关锁国，中国现在是没有闭关锁国，但是不结盟，这相对于世界的发展脚步就等于闭关锁国。所以中国应该寻找合适的合作伙伴，借助合作的力量强大自身。

以上的八点，中国要完成看似容易，但路还很长，不过，中国的大国之路再长，我们也能不断求索，不断前进。一步一个脚印，踏踏实实，最终我们也能问鼎昆仑，俯瞰世界！就让历史照亮我们未来的行程吧！

**第四篇：路漫漫其修远-浅析中国茶企商超之路-第五稿-王泉辉**

路漫漫其修远

——浅析中国茶企的商超之路

作为中国传统文化传承的重要组成部分，茶文化在人民百姓的日常生活中起着不可或缺的作用，“开门七件事，茶米油盐酱醋茶\"。民生的需求造就了茶市场的繁荣，然而繁荣的背后是激烈的市场竞争，市场环境与消费需求的变化，让中国茶企不得不面对营销模式的转型。

通俗化的市场营销策略总结起来就一句话：谁在什么时候在地方将什么样的产品用什么方法以什么价格卖给什么人。其中“在什么地方”是目前很多茶企关注的重点，即茶叶的销售渠道该如何规划？从目前来看，茶叶销售渠道无外乎四种：第一种是走流通批发渠道；第二走品牌连锁专卖渠道；第三走商超渠道；第四便是走的直营渠道。

笔者在本文中想与读者重点探讨的是第三种模式即商超模式的一些浅见，以为大家参考。我们先看看——

为什么茶企要做商超渠道

商超渠道相对于快消品来说是一个成熟的传统渠道，但是对于茶企来说却是一个现代渠道。由于其面对群体的广泛性，以及作为普及品牌的主力渠道开始被众多茶企关注综合来讲，笔者认为走商超渠道对于茶企来说有以下几个优点：

第一、商超能够满足大众家庭的消费需求。商超的覆盖面无疑是所有渠道模式里最大的，不分性别、不分年龄段、不分阶层、不分收入，都是商超的消费人群。

第二、品牌商能够通过定量装产品在各类商超终端以上架销售、场外专卖、店中店、专柜专区等形式来增加产品及品牌曝光度，品牌传播效果明显。

第三、商超能够很好的满足中低层消费群体的消费需求，因此企业的二三线产品能够为企业更好的创收。

第四、商超作为传统渠道的补充渠道，有利于企业巩固二三级市场的销售根基。

第五、由于商超的系统性以及商超覆盖面的广泛性，使得进入商超的品牌商能够快速的树立起品牌形象。

因此，看起来商超渠道对于茶企来说，百利而无一害，但是——

中国茶企是否适合商超渠道

是否中国茶企都不适合商超渠道？答案肯定是否定的。是否中国茶企都适合商超渠道？答案也肯定是否定的。立顿模式是许多中国茶企眼中的成功案例，也是竞相模仿的一种方式，然而事实证明，立顿模式并不适合所有的中国茶企。为什么？以铁观音为例，品牌大师叶茂中说过一句话：铁观音除了品质好，其他都不好；立顿除了质量不好，其他都很好。虽然这句话有偏僻之处，但也不尽不实。立顿红茶虽然不至于品质低劣，但毕竟是工业化的产物，标准化的生产程序使得其产品质量稳定，快速、低端消费品的产品定位更是取决于联合利华的渠道强项。而铁观音的优良品质来自于其“精挑细制”，从采青到炒制到最后的分装，无一不需花费精力，不敢有丝毫差错，但是每批的产品质量依旧很难把握稳定。从本质上说，立顿是工业化的产物，是冲泡的快速饮品，而中国的茶叶，则是农业产品。无论从产值、产量以及渠道等各个方面来看，二者都存在很大的区别。传统的茶叶实际上是一种“慢销品”，讲究冲泡饮评之间的文化；而立顿的成功之处就是突破了“慢销”的限制，只瞄准消费者方便、快捷、经济地喝茶的需求。二者各有所求，各有所长，在快速消费的道路上，中国茶叶并非完全不能走，只是这与传统的渠道有一个明显不同的诉求。目前已有一部分茶企开始尝试商超渠道运作，并取得了一定的成效，那么——

茶企的商超渠道运作模式是什么样的？

笔者曾走访了厦门市区的几家大型卖场，包括华联、好又多、沃尔玛等，发现这几个商超都有茶叶品牌在销售，其中包括以下三种主要运作模式。

上架销售模式： 业态特征：

该模式是商超传统的一种销售模式，即将产品摆上货架展示销售，使茶叶消费与日常消费品接轨，有利于扩大中低端茶叶产品的市场。

合作模式：

上架销售是商超基本的销售模式，因此和其他消费品一样，茶叶的销售也是采用的购销模式操作。由厂商或者经销商向商超缴纳一定费用后，商超向厂商或经销商采购产品，进场上架进行销售，销售获得的差价即为商超利润。

代表性品牌：

该模式以厦门茶厂生产的“海堤”牌为代表，厦门茶叶进出口有限公司2025年开始由出口转攻国内市场，目前内销产品以“海堤”牌乌龙茶为主，共计五大类一百二十多个产品。笔者看到在华联以及一些中小型商超都有上架销售该品牌产品，价格以中低端为主，产品位于冲泡饮料区，有的商超内有专架销售，有统一的标识。

场内专区模式： 业态特征：

在商超卖场内专门划出一个区域，提供多种品类的产品进行展示销售，并且一般附带有茶具，有专门的人员负责泡茶并邀请顾客试饮，现场品鉴体验。

合作模式：

在场内显眼位置摆放其专柜及茶桌茶具，并配备茶艺师及导购人员。价格由低至高，有较大的选择空间。产品种类较多，销售有铁观音、岩茶、绿茶、红茶、普洱等等茶种。一般取联营的模式，即商场及经销商在向商超缴纳一定进场费用后，商超划出一块区域（一般不超过15平米）给厂商或者经销商，由厂商或经销商自行装潢、陈列并派出导购人员进行销售，销售利润由厂商或经销商与商超按照约定比例提取。

代表性企业：

庆芳、大龙发为该模式在福建省运作的典型代表，其中庆芳为福州企业，大龙发为厦门企业。二者在商超的运作模式上较为相似，都选择进行场内专区+专柜专架销售的模式。另外，八马茶业也在这个渠道模式上进行了尝试，采取更高级别的场内店的模式进行销售

场外专场模式： 业态特征：

在商超卖场的外围，例如主要出入口以及人流量较多的地方设立类似专卖店的独立店铺或者专区的一种模式。一般场地较大，形象较好，提供的产品种类也较多，有专门的人员负责泡茶并邀请顾客试饮品鉴。

合作模式：

由于形式上可以看成是专卖模式与商超模式的结合，因此二者特质都有体现。产品从茶叶到茶具再到茶食品，无所不包。价格区间很大，茶叶的品质也差别较大，统一的品牌形象使得其品牌宣传效果极佳。一般采取商超收取场地租金+利润抽成的模式运作，即厂商或经销商向商超租赁其外围的一个场地（一般为卖场出入口或者人流较大的地方，面积大小不定），由厂商或经销商自行装潢并管理，销售利润按照约定的比例进行提成。

代表性企业：

该模式以八马、天福为主要代表，实行在卖场外设置独立门店或专区的形式进行销售。据了解，目前八马已进驻48家沃尔玛，茶叶专柜进驻率约达58%，沃尔玛计划15年内在中国发展至3000多家，八马将全面跟进。在天虹商场——中国合资经营的大型零售商企业，八马进驻26家，茶叶专柜进驻率达85%。

在笔者看来，这些企业的商超渠道运作都搞得有声有色，形成了具有“中国茶企特色的商超运作方式”，那么——

中国茶企商超渠道运作的特点又是什么？

通过观察和资料的收集，笔者个人认为，中国茶企进商超有以下几个特点：

1、区域性较强，一般当地商超以销售当地茶叶品种为主，其他茶种为辅。以福建为例，大部分商超以销售铁观音、岩茶、花茶为主，红茶、普洱、绿茶、白茶为辅，偶见保健茶。

2、关注的多，实践的少。很多茶企都有在关注，但是实际参与到操作的品牌企业很少。目前几个上架销售的茶叶品牌，有些品牌的茶叶是由贸易企业收购成品茶进行分装销售，并非生产企业直接操作；而由茶企直接向商超供货的也不多，大多数通过代理商或加盟商操作进场。

3、营销手段较单一。相对比商超内的其他产品，茶叶的促销手段一般都是采取试饮以及简单的买赠活动。

4、产品种类繁多，产品价格较非商超渠道低廉。基本上所有运作商超渠道的茶叶品牌，除了八马以及天福外，其他的品牌茶业价格均比非商超渠道的低许多，从几十到五、六百左右，属于较低档的价格。

从以上我们可以看出，商超模式并不是不适合中国的茶企，但是，为什么大部分茶企还是持观望态度呢？

茶企的漫漫商超长路

麻烦的商超

进入商超是一件很麻烦的事，你先要具备证明产品质量的各种材料，同时，超市会在对你的企业规模、市场认可度进行调查后，接受有利润价值的商品的申请，再进一步洽谈进店费用、档期、返利扣点、人员进场等等后续问题。费用一般包括条码费、活动费，进场后有条码费、固定陈列费用、人员管理费等费用，加上促销员要发工资还要给提成，卖场的扣点返利以及自身的促销活动费用，是一笔不菲的费用。对于中小茶企来说，在本身销量不大的情况下，花费一大笔钱去做商超渠道，显然是不合适的。加上传统茶叶加工的一个重要问题——缺乏标准化生产，导致品质的相对不稳定，使得茶叶的进场相当困难。并且，在价格上，传统的茶业定价方针是随行就市，价格波动较大，可能不太适合商场的步调。

短板的团队

茶企进商超的另一个问题是没有一个专业的商超运作团队来执行，因此缺乏与商超的沟通能力。大部分茶企都没有设置这个团队，或者临时征召熟悉商超渠道的人，或者由其他团队转岗，但是效果很多都不佳。原因就在于：懂得茶叶商超渠道的人少之又少，而熟悉商超的人又对茶叶了解不深，造成信息的不对称，即使形成团队，短期内也无法实现有效的作用。

文化的冲突

中国的喝茶文化很讲究，讲究冲泡饮评之间悠然闲适的感觉，讲究的是传统。而在商超销售的产品，都以快消品为主，方便、快捷是快消品的主要定位，讲究的是快节奏，二者明显在消费文化上有冲突。坚持传统文化还是接受快节奏的都市文化，这是一个令众多茶企头疼的问题。

综合以上的观点，笔者认为，茶叶走进商超并不是一件不可能的事情，关键在于茶企的信心、决心、魄力以及策略的制定。随着竞争的不断激烈，走向大众市场是必然之势。立顿模式不可复制，但不代表不可借鉴，如何去突破“传统”模式，如何去创新，相信值得所有的中国茶企深思。笔者一人之浅见，望与读者及中国茶人分享，共同探讨茶企的发展之路。

**第五篇：教学反思：路漫其修远兮，吾将上下而求索**

时代在变，教材在变，人的观念也在变，教学反思：路漫其修远兮，吾将上下而求索。语文新课标的颁布实施，对语文教师而言，既是一种机遇，更是一种挑战，语文课堂教学的改革，不仅是课程改革的热点，更是课程改革的难点。我们教师努力学习新课标，同时又进行了有力的探索。

面对新课标，面对新的教学目标和评价体系，我们就有必要重新学习，甘当一名小学生。要认真领悟课程改革的新理念，区别新课程标准与以往教学大纲的不同，吃透新教材的特点，重构新的教学体系。而不能自以为是，要不然在教学实践中只会“新瓶装旧酒”，或是“换汤不换药”而已。作为语文教师，不但要成为课堂教学中的主要载体，还有必要在新一轮的教学改革中充当教研的先锋，边教学，边研究，成为专家型，学者型的教师，这应该是我们语文老师努力的方向。同时在具体的语文教学中，还要注意充当不同的角色。既要当学生的教练员，又要当学生的陪练员，有时还是学生学习中的伙伴。应当说，在新课程标准下，对语文教师的要求是越来越高了。若是把握不好课改中的位置，不能扮演好自己的角色，那只会失去向，无所适从。

对于新课标，新理念，我们也要理性的对待。语文教学需要改革，这是必然的，于此我们就不能拘泥于传统，而裹足不前；但是，我们又不能急于冒进，要结合旧教材，结合传统教学法，构建“在实践中尝试，在反思中研究”的教学新模式。在每一天的具体教学实践中，不断的总结，不断的反思，从而得到不断的进步，教学反思《教学反思：路漫其修远兮，吾将上下而求索》。教材资源的整合主要表现为语文教材内在知识结构的纵横交错，以及与其它学科、社会生活的联系。多年来，我们语文老师教学上习惯于“满堂灌”，用理性肢解人文性很强的文学作品，用理性肢解禁锢学生的审美评价想象；将一篇篇文质兼美的文章，将一个个互为联系的知识点，肢解得零离破碎，学习新课标以后，在教科书的使用上，就要具备一种开放的理念。打破原来的照本宣科，提倡“用教科书教”，而不是“教教科书”，这是教学中的基本任务。再说语文课，也不一定就是局限于语文教材，应结合其它学习内容，拓宽学习资源。并且要结合生活，用于生活，真正做到学以致用。学习资源的整合是一个极为广泛的概念，它包括学习的方式、内容等方面。就学习的方式而言，有整体学习，合作学习，个人学习三种。传统的语文课堂是教师一言堂，是教师的独白，是一对多的单一交流，而忽视了其他几种学习方式。

“路漫其修远兮，吾将上下而求索。”语文新课标就是提倡研究性、探讨性、自主性的一种学习方式，主张师生、生生、人机等多种互动的学习方式，使学生在仅有的学习资源中获取最大限度的教学效益。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！