



2020 年 7.25 多省公务员联考

申论真题及答案

(福建乡镇卷)



公众号名称: 厚职公考, 扫码关注获取更多真题和资料

厚职网 (www.houzhiwang.com) 整理提供



2020 年福建公务员考试申论真题及答案 (乡镇卷)

2020 年福建公务员考试申论真题及答案 (乡镇) 由厚职公考网整理。

2020 年 7.25 多省公务员联考申论真题及答案 (福建乡镇卷)

一、给定资料

资料 1

在 T 区委组织部人才科, 小李拿着一本花名册对记者说: “这是我区近两年来回引的人员名单, 主要是外出务工经商人员。” 小李继续介绍, 近年来, T 区大力开展“把老乡留在老家”专项行动, 千方百计把外出务工、经商、学习等各类人员回引回乡创业就业。2019 年以来, 全区已掌握外出务工人员信息 11 万条, 累计回引 2 万余名老乡返乡, 为产业发展、脱贫攻坚、基层治理等方面提供了源源不断的人才支撑, 全区乡村振兴战略持续推进。

在 T 区务工人员输出大村 G 村, 刚过大年十五, 支部书记老梁打开了村广播“广大村民朋友, 今年受疫情影响, 大家都还没有外出, 我呀, 再把区里的‘把老乡留在老家’的一些政策给大家简单讲一讲, 大家琢磨琢磨。留在家乡创业, 既照顾了家庭, 也帮助了乡亲嘛, 还有不少优惠政策哦……最后啊, 再给大家发个通知, 正月二十五, 区里要通过直播举办一场线上宣讲会, 除了播放我区发展新面貌的宣传片和乡村振兴示范片, 还将有详细的政策解读, 请大家到时积极观看并转发。”老梁告诉记者, “从去年开始, 我们还通过座谈会、推送返乡创业就业邀请短信、发放宣传资料等方式进行了广泛宣传和动员, 还有多次组织有返乡意向的人到企业现场参观走访。”在 T 区 E 村村口, 记者碰到了正在开展防疫宣传的大学生村官小马, 除了带着防疫资料, 他的背包里还有一大叠回乡创业政策指南。小马说: “在做好防疫工作的同时, 我也给本村的大学生宣传一下回乡创业政策, 同时再调查摸底一下外出务工人员数, 收集一些就业意向及需求。”

T 区委组织部, 区人社局和各乡镇、街道, 还采取村级自查摸底、镇街分析研判、区级审核把关的联动模式, 精准掌握全区基层干部队伍年龄、性别、学历等结构, 建立缺额台账, 摸清人才需求状况。同时, 区政府还建立政企联动机制, 了解区内企业用工需求。“我们主动为村级党组织、民营企业和务工人员合作‘牵线搭桥’, 积极搭建人才对接平台。对在外的本土人才, 还采取多渠道多方式开展回引工作。”小李介绍到, 今年 T 区大力推进部分高校与企业合作, 举办高校专场人才双选会; 大力开展人才招聘活动, 积极组织相关人员参与人才的座谈会, 人才论坛等。同时, 为确保回引的人才留得住, 区里还出台了“人才政策十条”和本土人才管理办法等政策措施。

资料 2

仲夏时节, 小王到浦水镇旅游。踏进小镇, 首先映入眼帘的是晾晒在浦水河堤的上千把成品雨伞, 它们在阳光下熠熠生辉, 五光十色, 成为浦水一道亮丽的风景线。浦水的油纸雨伞始创于明代初年, 以引纸、桐油、楠竹、柿水等为原料, 经手工精心制作而成。鼎盛时期全镇有制伞坊 20 余家, 工匠达百数以上。浦水雨伞质优价廉, 曾驰名全国, 至今仍是澄江流域雨伞市场的龙头, 产品畅销云、贵、川、湘、鄂五省。

看到小王长久地驻足在雨伞旁, 刘大爷自愿当上了小王的导游。“过去, 从十字街到浦溪一路是鞭炮街, 有大大小小的鞭炮作坊几十家。十字街到医院一带是皮革街, 生产经营各式皮具。还有各式瓷器店、铁匠铺、澡堂子等店面杂居其中。”刘大爷指着不远处说道, “明



清时期, 浦水镇区面积约 2 平方公里, 街道宽约四米, 街面以长条形红石铺成, 房屋店面都用杉木构造。街区轮廓如一木排, 有正街、河街和后街三大街道。河街和后街各长 1.5 公里, 各行各业在这里集中, 银行、钱庄、典当行、油号、瓷庄、洋行遍布街市, 数不胜数。”

“那是姚亨生号桐油店。”刘大爷继续介绍, “这个商号在清末民初, 以经营桐油和茶油为主业, 货物辗转运销常德、长沙、武汉等地。这边的商号李秉纪号却是以鞭炮发家, 转而经营桐油, 极盛时, 李家的桐油占到了浦水市场桐油总量的五分之二。此外还有太平街的吉中兴、吉和兴, 都是当时的桐油业经营大户。油行业的兴旺同时带来了专制油产品包装的木桶业和竹篾业的兴旺, 桶行、篾行相应地发展成为一条桶匠街。谷家篾厂雇请匠匠百余名, 日制油篾数百计, 那时节沿河长街的篾坊常有两三千新油篾晒在太阳下, 场景分外壮观。”

走到后街尾, 刘大爷说: “据老辈人回忆, 当时市场繁华至极, 街市上十省三府会馆客商云集, 市面上每天要杀 60 多头猪, 所杀的猪就从来没有卖剩过。待装上船的桐油、生铁, 因市面过于拥挤, 白天无法出仓, 只能到晚上起运。人们得赶在天亮前装完货物, 天一亮, 街市上又会被做生意的人堵塞。”

依依惜别之后, 小王的脑海里一直萦绕着刘大爷所描绘的“络绎不绝的生意人、此起彼伏的叫卖声、川流不息的货运船交织在一起, 街市上‘腋底下送货, 人头上接钱’”的繁华商业景象, 久久不能忘怀。

资料 3

S 村“90 后”姑娘小丁正对着手机在果林下做直播。只见她徒手掰开一个刚摘下的水蜜桃, 粉嘟嘟的果肉惹人垂涎欲滴, 立刻吸引了不少粉丝点击购买。

水蜜桃是 S 村的主导产业。2018 年, 某互联网企业与村里合作, 准备打造村播基地。2019 年 9 月, 村里从集体经济中拿出 20 多万元投资打造了一个网络直播间, 聘请了专门的直播团队, 在村委会帮忙的小丁成为小山村里第一位“网红”村播。

刚开始, 小丁的直播效果并不理想: 观看人数少, 点击量上不去。而且由于手机信号的问题, 直播时断时续, 不少网友对此颇有怨言。正当小丁的直播陷入瓶颈的时候, S 村来了一位从事新媒体传播研究的驻村第一书记郑书记, 他帮小丁深入地分析了村播不成功的原因。

“虽然你用村播卖地道农货, 但现在同类型的农村电商太多了, 大家都是卖农货, 这一方面, 你的货品本身没有突出优势。而且, 你的货品太单一, 光靠水蜜桃赚不到钱, 也留不住客人。顾客今年在你这里买了, 明年未必还在你家买。就算他明年还记得你, 他一年又能买多少呢?”

“在货品本身缺乏资源优势的前提下, 同样的货品, 要么有价格优势, 要么就是你的广告做得特别吸引人, 能够逐渐培养起一批铁杆粉丝, 以此来和其它销售同类型产品的村播拉开差距。”

“村播的形式虽然新颖, 但并不一定就有良好的效果。有了新的形式, 还必须有优质的内容才行。而且, 直播对技术条件的要求比较高, 若收看体验不好, 也很难留住网友。”

要想做出高质量的直播, 就需要有专门的包装, 要有懂行的专业人, 而这些是小丁无法独自做到的。为此, 郑书记安排她成为 S 村的电商推广专员, 承担全村农产品的网络销售推广, 小丁的“乡下妹子”这个账号成了 S 村的村播平台, 由村委会来承担村播所需要的相关费用。郑书记还联系了一家互联网营销公司, 与 S 村达成合作协议: S 村负责网络直播



间的打造, 公司负责培训小丁。在粉丝数量和销售额达到预期目标后, 公司再按双方合同约定的金额收取费用。这样一来, 小丁、互联网营销公司和村委会三方皆大欢喜。

改版后的“乡下妹子”, 把第一场村播选在了贫困户老牛的果园里。这天, 直播团队在老牛的果园里支起直播架, 现场直播老牛采收水蜜桃的过程。小丁则在一旁绘声绘色地讲解, 并在直播团队指导下, 用手机拍下果园周边优美的山水风光, 让网友直观地感受水蜜桃的生长环境。

“这次直播很成功, ‘乡下妹子’的粉丝量从原来的 300 多一下子涨到了 2000 多, 累计播放量突破 1 万次。”小丁说。同时, 这场直播也帮老牛卖出了 200 多斤水蜜桃, 销售单价远远高于中间商的收购价。看到老牛尝到甜头的村民们纷纷邀请小丁来自家果园搞直播, 还主动将水蜜桃放在 S 村的网店寄卖。小丁给记者算了笔账, 在 1 个月时间里, 她一共帮村里卖了 5000 多斤水蜜桃。

“乡下妹子”第二次爆粉则是在今年, 小丁身穿汉服, 在果林下直播吃水蜜桃的视频火了。在直播中, S 村还邀请其他村民在镜头前露脸, 通过对场景、服装、剧情和背景音乐等的安排, 使得 S 村的乡村生活在镜头下既保留着原生态的特色, 又多了几分精致的美感。直播当天, 小丁就帮村民卖掉了 400 多斤水蜜桃, 成为了村里名副其实的“带货达人”。

初获成功的 S 村决定继续打造村播事业, 进一步优化 S 村的农产品网上销售模式。受此吸引, 村里两位在外地从事电商工作的年轻人主动返乡, 加上 S 村专门聘请的两位工作人员, 他们和小丁一起组建了专业的电商销售团队。他们一起分工合作, 各司其职, 规范网店运营, 不断完善村播平台, 加大宣传力度, 开拓货物品种。S 村也整合扶贫资金, 搭建扶贫车间, 生产特色雨伞, 还组织 S 村的家庭妇女, 制作乡土风味浓厚、手工精良的鞋垫、布鞋等生活用品, 以丰富村播网店的货品种类。

资料 4

为了解更新镇发展升级工作的情况, 记者对镇政府工作人员进行了采访。以下是工作人员在接受记者采访时的部分谈话。

其实我们镇发展升级工作的灵感是来源于“城市更新”概念。我们镇虽然是一个历史悠久的老镇, 但居民却是生活在现代的居民, 而且其中有相当一部分是年轻人。所谓“衣食住行”嘛, 肯定是要吃得好, 玩得开心, 住得舒适, 出行方便。但是, 我们镇作为全市“年龄”最大的一个镇, 那时各类基础设施是十分薄弱的。镇里有大量的厂房闲置, 我每每经过, 都忍不住叹气: 它们都应该成为我们的资源和财富, 而不是负担。

当然, 我们是镇, 它有别于农村, 也不是城市。以前有的群众不理解, 老说我们这样的镇“城不城, 乡不乡”, 稍微好点的评价也是说我们“半城半乡”。其实, 我们都清楚, 那是指我们处于既没有工商业支撑, 又没有充分的农业发展空间的不尴不尬境地。但换一个思路来想, 我们是市郊大镇, 距离三个县城、两个市区都只有不到四十分钟的车程。我们有优越的地理位置, 有能够直接使用的作为产业发展基地的厂房, 有丰富的历史底蕴, 这些都是我们的优势。那么, 要怎么样让我们更新镇名副其实呢? 更新镇要发展升级, 首要转变的当然是人。首先, 我们转变了一个观念, 不是非要一天 24 小时, 一年 365 天住在我们这儿的才能算我们更新人。我们积极与县政府有关部门沟通, 争取到 3 条公交班车线直达镇里。大家可以白天在城市里上班, 晚上在镇里生活; 也可以倒过来, 白天在镇里工作, 而居家却在城市里。



反正来了都是更新人, 对他们都是一视同仁, 他们享受的管理、服务、政策优惠都是一样。更新镇的建设肯定要让更新人全面参与, 让全体更新人谈感受, 讲需求, 提建议, 说意见, 充分发挥主体作用, 否则我们镇的建设就成了“我们干, 他们看”, 那样是搞不好的。

为此, 我们创建设置了专门的公众号以及群众意见信箱, 鼓励大家为更新的建设出谋划策。综合群众的建议以及有关专家的意见, 我们定下了三个发展的主要方向: 一是建设“人文小镇”, 着力于全镇的保护和开发, 留住历史记忆; 二是建设“生态小镇”, 在本镇及其周边乡村营造更好的生态, 发挥市郊小镇的优势, 打造宜居的环境; 三是建设“创新小镇”, 吸引人们前来创新创业, 吸纳相关产业逐步集聚。我们坚信: 有更新才会更新。

为了适应现代化的生活, 我们对全镇的基础设施、公共服务设施等进行了全方面的改造改善。经过全镇人民一年多的共同努力, 终于实现了生态环境、空间环境、文化环境、视觉环境、游憩环境的优化美化, 展现了我们镇“环境优, 风景美, 功能强, 活力足”的现代化城镇的新面貌。而且, 作为一个毗邻两个大城市的大镇, 我们与兄弟乡镇承担起了现代化城镇的功能: 吸纳更多农村人口“上迁”, 承接城市人口“下移”。我们更新镇和其他兄弟乡镇都不是孤立的, 我们形成了各具特色的小镇群落, 产业互补、功能共享。大家各不一样, 又互相支撑。时代在变, 万事万物都需要更新发展。

二、作答要求

(一) 请根据“给定资料 1”, 总结 T 区开展“把老乡留在老家”专项行动的主要做法。(15 分)

要求: 归纳准确, 条理清楚, 字数不超过 250 字。

(二) 请根据“给定资料 2”, 为镇政府拟写一份关于浦水镇传统商业文化的推介稿。(25 分)

要求: 全面准确、条理清晰、语言流畅, 字数不超过 350 字。

(三) 根据“给定资料 3”, 谈谈 S 村是如何打造村播平台的。(25 分)

要求: 全面、准确、有条理, 字数不超过 400 字。

(四) 假设你是这位记者, 请根据“给定资料 4”, 以“老镇更新”为标题, 写一篇关于该镇发展升级工作的报道。(35 分)

要求: 主题突出、全面准确、语言流畅, 不超过 600 字。



参考答案

(一)

【参考答案】

1.了解就业、招聘情况。调查摸底外出务工人员数,收集就业需求;上下联动,掌握基层干部队伍结构,建立缺额台账,摸清人才需求状况。

2.加强宣传引导。线上宣讲、解读政策,播放宣传片、示范片,介绍留乡好处,号召群众观看转发;线下座谈会推送返乡邀请短信,发放资料、组织参观企业。

3.出台政策措施。对本市人才,多渠道开展人才回流工作;出台人才政策和本土人才管理办法等,留住人才。

4.搭建对接平台。政企联动,了解企业用工需求,搭建三方对接平台;推进校企业合作,举办高校专场双选会,开展招聘活动,组织人才论坛等。

(二)

【参考答案】

关于浦水镇传统商业文化的推介稿

浦水镇,面积大,街道宽,街区整齐,红石街面,杉木房屋,商业繁荣,文化悠久。

明代初年,浦水雨伞,驰名全国。用多种原料,手工制作,质优价廉。鼎盛时期制伞坊20余家,工匠达百数以上,至今仍是澄江流域市场龙头,产品畅销。明清时期,各行各业兴起。鞭炮,皮革作坊等遍布街市,数不胜数。清末民初,油行业发达,产业融合。桐油业经营大户多,货物运销,极盛时占浦水市场桐油总量的五分之二。同时,油行业发展促进木桶、竹篾业的兴旺,桶行、篾行发展成桶匠街,篾匠百余名,日制油篾数百计。

浦水镇,客商云集,日夜繁荣,货船交织,构成了“腋底下送货,人头上接钱”的商业景象,令人难以忘怀。

(三)

【参考答案】

S村与互联网企业合作,建设村播基地,用集体经济投资打造网络直播间,聘请专门的直播团队,打造了村播平台,具体做法如下:

一、优化直播思路。1.避免同质化,突出产品优势,丰富产品种类。2.依靠广告、优质的内容、技术吸引消费者。

二、进行专业化包装。1.安排电商推广专员,确定专门账号,由村委会出资运营。2.打造主播、互联网营销公司和村委会的利益共同体。与互联网营销公司合作,打造直播间,培训直播人员,达到预期目标后再收费。

三、创新直播内容和形式。1.将村播地址选在果园,直播采收过程,提供直观环境感受。2.发动村民参与,邀请村民露脸,画面保留原生态,增加美感。

四、优化销售模式。1.组建专业销售团队,分工协作,规范网店运营。2.不断完善村播平台,加大宣传力度。

五、优化货品种类。1.整合扶贫资金,搭建扶贫车间,生产特色产品。2.组织村民制作本地特色生活用品。

(四)



【参考例文】

老镇更新

xxx年xx月,记者来到更新镇了解该地发展升级工作情况。更新镇历史悠久,年轻人集聚,是一座兼具历史与现代的城市。然而,这里基础设施薄弱,大量厂房闲置;又非城非乡,缺少农业和商业基础。如何转型升级,变资源为财富,是“老镇更新”探索的关键。

转变观念,新人老人一视同仁。与县政府沟通,争取直达镇里的公交班车;让常住人口和外来人口享受同等待遇,给予平等的管理、服务和政策优惠。

广开言路,号召全员参与建设。设置公众号、意见箱,鼓励外来人口表达感受和需求,发表意见和建议;鼓励他们发挥主体作用,出谋划策、全面参与建设。

明确方向,系统化打造特色。建设“人文小镇”,保护和开发历史文化;建设“生态小镇”,打造宜居环境;打造“创新小镇”,吸引人才和产业集聚。

全面改造,改善公共基础设施。打造现代化基础设施,优化空间环境;美化风景,打造视觉和游憩环境,丰富功能,提升小镇活力。

更新镇经过更新,老镇换新颜。既承担了现代化城镇的功能,吸纳了更多农村人口“上迁”,承接城市人口“下移”,又形成了独具特色的风格,与兄弟乡镇优势互补,共迎新时代。