

2020年0725福建公务员《申论》试卷（乡镇）—考生回忆版

（100分 150分钟）

给定材料：

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。

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、柿水等为原科，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，货物辗转远销常德、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。谷家篾厂雇请篾匠百余名，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。

3.S 村“90 后”姑娘小丁正对看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，公司再按双方合同议定的金额收取费用。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。

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尴尬境地。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。

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。

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：

第一题：

2020年0725福建（乡镇）：总结T区开展“把老乡留在老家”专项行动的主要做法

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。

答案：

1. 多措并举，宣传动员。通过村广播、线上宣讲会等途径，通过发放政策指南，企业现

场参观走访等方式，宣传回乡创业政策，进行调查摸底，收集就业意向及需求。

2. 创新工作思路，建立机制。摸清人才需求状况，通过多方参与的联动模式，掌握人才结构，建立缺额台账；建立政企联动机制，了解企业用工需求。

3. 搭建平台，吸引人才。搭建人才对接平台，为企业和人才牵线搭桥，推进高校与企业合作。

4. 政策供给，留住人才。开展人才回引工作，开展人才招聘，组织座谈会、人才论坛等，出台政策措施留住人才。

第二题：

2020年0725福建（乡镇）：为镇政府拟写一份关于浦水镇传统商业文化的推介稿

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。

答案：

关于浦水镇传统商业文化的推介稿

浦水镇传统商业文化浓郁，当年，街市上会馆客商云集，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，呈现出“腋底下送货，人头上接钱”的繁华商业景象。

浦水镇共有三大街道，街面以红石铺成，房屋店面用杉木构造，各行各业都在这里集中，银行、钱庄、典当行等遍布街市，数不胜数。

浦水雨伞驰名全国，其创始于明代初年，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，至今仍是澄江流域雨伞市场的龙头，产品畅销多省。

浦水桐油业发展兴旺，涌现了许多知名桐油商家，货物也转销多地；同时还带动了木桶业和竹篾业的兴旺，桶行、篾行甚至发展成为一条桶匠街。

欢迎大家来我镇开启一场传统商业文化之旅！

第三题：

2020年0725福建（乡镇）：谈谈S村是如何打造村播平台的

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。

答案：

1. 与互联网企业合作，达成合作协议，打造村播基地，从集体经济中拿出资金，打造网络直播间，聘请专门直播团队。

2. 安排专门人员为电商推广专员，承担全村农产品的网络销售推广，打造村播平台，由村委会来承担村播所需要的相关费用。

3. 改变直播地点，选择在果园里直播，现场直播采收水蜜桃的过程，配以绘声绘色的讲解，并在直播团队指导下，拍下果园周边优美的山水风光，让网友直观感受水蜜桃的生长环境。

4. 创新村播模式，提高观看体验，现场直播吃水蜜桃，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，展现乡村生活和原生态特色，增添精致美感。

5. 优化网上销售模式，组建专业销售团队，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。

6. 整合扶贫资金，搭建扶贫车间，生产制作乡土风味浓厚的生活用品和特色雨伞，丰富村播网店的货品种类。

第四题：

2020年0725福建(乡镇)：以“老镇更新”为标题，写一篇关于该镇发展升级工作的报道

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。

答案：

老镇更新

更新镇是一个历史悠久的老镇，各类基础设施十分薄弱，但居民却有现代化的生活要求。不仅如此，更新镇处于既没有工商业支撑，又没有充分的农业发展空间的尴尬境地。

但是，更新镇是市郊大镇，拥有优越的地理位置、作为产业发展基地的厂房、丰富的历史底蕴，更新镇的更新拥有巨大优势。

由此，更新镇开启“老镇更新”的发展升级历程，其灵感来源于“城市更新”概念。首先，转变更新人的判定观念。不是非要一直住在更新镇，才能算作更新人。来到更新都是更新人，对他们都一视同仁，更新人都享受一样的管理、服务、政策优惠。其次，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相关专家的意见，定下了发展的主要方向，即建设“人文小镇”，建设“生态小镇”，建设“创新小镇”。再次，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，实现对生态环境等的优化美化，展现更新镇现代化城镇的新面貌。最后，与兄弟乡镇一起承担现代化城镇的功能：吸纳更多农村人口“上迁”，承接城市人口“下移”。更新镇和其他兄弟乡镇并不孤立，共同形成各具特色的小镇群落，实现产业互补、功能共享。

时代在变，万事万物都需要更新发展，老镇更新才会给更新镇提供更多可能。