

2019年4月20日宁夏公务员考试

申论真题

一、注意事项

1. 本题本由“给定资料”与“作答要求”两部分构成。考试时限为150分钟，其中，阅读给定资料参考时限为40分钟，作答参考时限为110分钟。

2. 一律使用现代汉语作答，未按要求作答的，不得分。答题时请认准题号，避免答错位置影响考试成绩。

3. 请用黑色字迹的钢笔或签字笔在答题纸指定区域内作答，超出答题区域的作答无效。

严禁折叠答题卡！

二、给定资料

材料1

2018年马拉松持续火爆，据统计，截至11月2日，800人以上越野跑赛事共1072场，参赛人次达530万，预计年底这个数字将达到600万。马拉松赛事多的背后，是马拉松爱好者群体的急速膨胀。当前，名称中带“国际”“半程”“全程”等字样的马拉松比赛已超过半数，这其实从侧面反映出同质化问题较为突出。

的确，马拉松比赛参与人数多、参与面广、参赛门槛低、赛事轻松活泼，又兼有一定的旅游观光的特点。很多地方都希望通过马拉松展示城市形象，吸引更多客流，带动旅游消费。然而一些新近举办的赛事虽然动辄标榜“国际”头衔，但实际报名率却很低。这不仅浪费办赛的人力物力等资源，还带来了交通问题和群众安全隐患。由于赛事等级评定对参赛人数、参赛标准甚至参赛成绩等都有严格要求，有些小赛事为了达到目标，不惜拉人头撑场面，甚至花钱请选手，让比赛变味。同时，一些具有品牌效应的马拉松赛事有一定的准入门槛和限制，往往“一号难求”。于是“号码黄牛”转让参赛号码布成为灰色产业链条，这扰乱了赛事组织秩序，给赛事带来了诸多潜在风险和管理难题。

马拉松比赛声势浩大，动辄几万人参加，有相当大的组织难度，非常考验城市管理者、主办方的管理智慧和专业能力。一位社评家甚至评价其为“城市综合治理能力的‘试金石’”。对于刚刚起步的中国马拉松运动来说，在“跑马乱象”面前树立规则大旗，强化规则意识，这需要参赛者、赛事组织者以专业管理运营来呵护它的成长。就现代来说，提高我们马拉松赛事的质量和水平，可能需要用百米冲刺的速度跑一场马拉松。

其实，马拉松赛事并不一定要追求声势和规模。它可以有很多细分区间，既有竞速比赛，也有越野赛、集体赛，还可以情怀、趣味等作为亮点。这需要举办地找准定位，利用有限的资源，办出特点，办出口碑。

任何新事物发展都会有“成长的烦恼”。近年来，马拉松赛事中替跑、转让号码布等问题屡禁不止，比赛补给不足、补给食品过期、参赛者半途迷路、关门时间未到路段解封等也时有报道，最近更是出现集体抄近路、骑单车“赛跑”、工作人员终点“搀扶”运动员等不良事件，引发大众吐槽。这些问题，既是参赛者的，也是主办方和运营方的。马拉松运动热催生了一批体育产业的运营商。它们在承办赛事时也往往显得急功近利，过分追求经济效益。“这说明我们在公共服务、公共管理方面还有不足。”某

地体育主管部门负责人说道，“不得不承认，比起体育发达国家，我们在马拉松赛事的举办和管理上还有很多需要改进之处。一切迫在眉睫啊！”

一些跑者还未能真实领会到这项运动的内涵，单纯为了跑而跑、为了好玩而跑，他们并没有一个跑者的身体准备和心理准备。比赛中，一些参赛者伤病送医就是佐证。跑步，是一种锻炼享受。健康是出发点，更是落脚点。至于在比赛中的种种作弊和倒卖参赛资格的行为，更是失去了马拉松比赛的意义。前些时候，首都媒体发布了《首都媒体跑团 2018 年倡议书》，号召跑者们要自觉坚守底线，敬畏规则。体育运动的重要精神之一是“尊重规则”，所有参与者必须在统一规则下“游戏”，竞争才有意义，结果才有价值。对于赛事的主办方地方政府来说，马拉松比赛绝不只是招标营运方、划出赛事路线、配合做好封路及安保医疗工作就完事了。一个赛事举办的好坏、赛事期间各项服务的优劣，以及当地风俗人情、文化景观等，都能在赛后成为网络热门话题。

材料 2

“Y 省的咖啡豆是天赐的礼物。”这是一位外国友人对 Y 省咖啡豆的评价。据统计，Y 省大部分咖啡豆种植区的海拔都在 1000 米以上，肥沃的土壤，充足的光照和降雨，明显的昼夜温差，让其所产的咖啡豆颗粒饱满、口味醇厚，堪称“天地厚养”。

“Y 省的咖啡豆，可以是高品质的，但这看运气。”咖啡爱好者小李说：“我喝到过顶级口感的，也喝到过如炒糊的黄豆的，而它们都来自 Y 省同一产地。”的确，就拿 Y 省咖啡种植大市 C 市来说，其仍然以散户种植为主，这些咖啡树的“邻居”可能是烟草、水果、玉米等等，施肥、除虫可能都没有。风一吹，各种植物的花粉漫天，影响咖啡授粉。以这样简单粗暴的方式种植咖啡，其品质怎么可能稳定呢？

Y 省著名咖啡烘焙师钱某对记者说：“我们的咖啡产业，主要还是在做咖啡豆供给，这属于产业链低端。种植的搞种植，烘焙的搞烘焙，各自为政，还要相互挤压利润空间。”

Y 省的咖啡豆在国际上确实有些名气，但这种名气并不属于当地品牌。许多著名连锁咖啡店使用的咖啡豆就是产自 Y 省的，但大部分人并不认为自己在喝 Y 省的咖啡，而是在喝咖啡店的咖啡。

现阶段，中国人均咖啡消费量远落后于世界平均水平。不过，随着近几年“互联网+咖啡”模式进一步发展，一部分人有了喝现磨咖啡的习惯。同时，即饮咖啡市场也在兴起。较之速溶咖啡，现磨、即饮对口感要求高，更倾向于使用阿拉比卡豆（咖啡豆的一种），而 Y 省种植的主要就是阿拉比卡豆。

“我们不想种咖啡豆了。”Y 省咖农老刘对记者抱怨道，“我们的咖啡豆价格比巴西、印尼、越南低，但采摘成本却高很多。所以，我们不赚钱，有时还赔本。我在电视上看到，有些地方的农产品是一个村，甚至几个村一起统一种植、统一收割、统一标准加工，再‘组团进城’销售。我们要是也能那样就好了。”

当然，也有好消息：2015 年，两条中欧国际货运班列开通，这促进了 Y 省咖啡出口贸易井喷式增长。当年，Y 省咖啡创汇逾 4 亿美元，比上年翻了将近一番。可不少咖农还是担心：“我们隔壁可是世界上速溶咖啡产量最大的国家啊，他们会不会顺着国际货运列车，来抢我们的生意？”

“我们咖啡单产高，这应是优势，而不是我们产能过剩的原因。但在很早之前，我们就有低端产品产能过剩的问题。”Y 省政策研究室的工作人员“我们并没有从‘中国咖啡市场高速增长’中得到多少利润。举个例子，我们供给某外国品牌咖啡店的咖啡豆价格是 25 元一公斤，而它们在中国卖一杯咖啡就要价 30 元。其实，我们已建成了国内最大的焙炒咖啡生产线，还有几十个咖啡品牌以及大量满怀热情的咖啡产业技术人才，这些都是我们咖啡业发展的条件。”

“我们有难得的环境气候，适宜种植利润丰厚的‘微批次’精品咖啡豆。”某咖啡品牌主理人小雯感叹道，“可什么是精品，怎样才算‘微批次’？我们用的是国外的概念和标准。而从种植到加工生产

经营企业，有执行国际咖啡组织认证标准的，有执行欧盟认证标准的，有执行美国、日本认证标准的，可谓五花八门，为什么我们不制定符合我们国情，又兼容于国际的标准呢？不行动起来，我们还是会被牵着鼻子走。”

标准多等于无标准，品牌杂导致无名牌。目前，因咖啡产品生产技术认证标准不成体系，Y省咖啡产业从农业生产到工业加工，各个企业处于“八仙过海，各显神通”的境地。“一些浑水摸鱼、以次充好的经营者忽悠了消费者，也伤害了我们这些老老实实做咖啡的人。”小雯不无痛心地说。

其实，对于咖啡产业，Y省政府是高度重视和支持的，不仅出台了发展指导意见，而且协助一些咖啡种植庄园从全球主产区引进“瑰夏”等优质咖啡品种，建起了世界咖啡博览园和Y省咖啡种子基因库，改善了Q省咖啡品种单一的现状。经过近五年的种植培育，Y省某庄园已经产出了与当地环境气候更加适应、风味更佳的二代品种。“这些成功的行动说明我们的地理环境和技术是很棒的，说明中国有好咖啡，就在我们这儿。”一位当地的咖啡庄园主人说。

小陈是Y省某咖啡品牌创始人，他所经营的咖啡网店年营收已破千万元。“曾经有个记者朋友用‘三杯咖啡’形容我的咖啡电商创业历程。第一杯是苦后回甘，第二杯是保持原味本色，第三杯是着力花式调配。其实，在我心中就一个字——‘动’。”小陈轻松地笑道，“千百万次地想‘要让全国都喜欢我们Y省的咖啡’，不如勇敢地迈出第一步，再踏踏实实地走下去。我们有得天独厚的资源禀赋，也有诸多后发劣势……所以，一切的一切都需要行动起来。因为，之于世间事，‘静’会给予很多‘如果’的假想，可唯有‘动’能带来‘但是’的希望。”

材料3

“阳光公社”是DL镇的一个文化创意旅游项目，由著名设计师主理，其包括：创意餐厅、创意民居、创意奶场、农产品创意超市等。所有建筑都遵循当地古城的规定做成了传统的民族样式，地面均由卵石铺砌，造价低廉，却易拆卸和重修。“这个文化创意项目不仅增加了我们村旅游景点的看头，也让居民的房屋变得美观整洁。”村民老李指着自家屋子的外墙说，“那是T大学的大学生们给我们专门做的创意彩绘。有了它，我们的房子看上去更精神了，我们不打扫干净屋子都觉得对不起它。”阳光公社的另一个亮点是文化创意奶场。其牛奶生产基地中植入了亲自项目，亲子家庭可以在这里体验牛奶生产，同时亲近自然和土地。“阳光公社”对外营业后，DL镇的游客量较去年增加200%，旅游营收提高了260%。县政府更是对这种融合了文化创意的乡村旅游模式给予“美人居、添看点、促旅游、增收益”的高度评价。

LJ村有适合发展现代农业的低丘缓坡近万亩，有毛竹林8000亩，还有一些从事野猪、山羊养殖和茶叶、铁皮石斛种植的小型农场。2013年中央一号文件提出发展家庭农场，并且鼓励和引导工商资本投入农业农村。LJ村决定因地制宜建设18个家庭农场，形成家庭农场聚集区。以家庭农场为龙头带动休闲观光业发展。为此，村里请设计公司对整个村庄进行村庄环境规划、产业规划和旅游规划，打造了18个各具特色的家庭农场，鼓励本村现有农户扩大产业。比如种植白茶、铁皮石斛，饲养野猪、野山羊等；同时引进社会资本，打造花海世界、百亩竹园等景观，以小火车作为观光载体，串联起各景点路线。LJ村采用“村+农场+公司”模式，成立乡土农业发展有限公司，开发土特产品，统一包装，统一定价，打响品牌，形成乡村农业、旅游收益互补。孤立的农业种植不会提升土地的附加值，发展创意农业，把田园变乐园，村庄变旅游景区，就能大幅提高土地的收入！孤立的加工生产也不会提升产品的附加值。要让生产劳动更具乐趣、让加工生产更具体验性，就会提升产品价值。现在，LJ村集体资产已达到1.2亿元，村民年人均收入增至3.3万元。

0.5元一个的馒头，0.8元一瓶的矿泉水，2元一碗的面条……MX镇乡村游乐园里商品的“亲民”价格，无疑是吸引游客的最大卖点。对此，不少人质疑“一个馒头成本1元，你才卖0.5元。这么‘倒

贴’，不傻么？”殊不知，这样的“倒贴”，正体现了游乐园营销的高明之处。“旅游从总量上来说，低消费倾向的客人通常占到80%—90%。如果人为地抬高消费门槛，不就等于自绝财路？”这就是“平民经济学”的要义：通过“倒贴”部分旅游产品来进行营销，给游客留下好印象，形成全域旅游的良好态势，让不同消费层次的游客都愿意来，让他们玩得起、玩得开心。“我从来不觉得‘营销’是个贬义词。我觉得我们的乡村旅游融合现代的营销理念很有必要。我们这里没有什么名山古刹，靠的就是这个自己呕心沥血打造出来的游乐园。要想营利，当然要靠‘流量’。承诺永不涨价的食品、别开生面的动物运动会、惊险刺激的网络直播，都为我们吸引着大家的注意力。大家能来最好，不能来的，至少也知道了我们这儿的名字。”MX乡村游乐园运营公司的经理Q先生说，“通过这样，我们走‘网红’路线，成功地在竞争激烈的乡村旅游市场中杀出了一条血路。”

材料4

人们建起了墙，关上了门，是维护，是保卫；人们开起了窗，修起了路，是凿通，是交流。与人交流，有得不到回应的尴尬；打开窗户，有被盗的可能；走出去，还有迷路的风险。事事有风险。有人说：有风险，我害怕。然而最大的风险是一点风险都不冒。走出去是风险，也是机遇。只有走出自我的时间和空间，你才会有份阅历、一份沉淀、一份气质，才不会有动不动就说“这世界居然可以这样”的大惊小怪，才不会有永远偏守“这世界就只是那样”的固执狭隘。只有与时代脉搏同频共振，我们的乡村才有诗和远方，才不会成为泛黄相片里的凋零的乡愁；只有以开放的姿态，与世界同呼吸、共命运，共发展、同分享，我们才能一起迈向更加美好的明天。应该说，我们与世界相交，与时代相通，才能让一切保值增值，更添赋流通的美。

“其实，‘交通’本有好几层意思，既包括道路运输，也指通信通讯，更有人际沟通交流之意。”一位交通主管部门负责人说道，“不管是道路运输工程建设，还是通信通讯技术的发展，它们的本质和目的都在第三层——‘勾连’。”逢山开路，遇水架桥。港珠澳大桥、兰渝铁路、海南环岛高铁、京新高速、川藏公路北线、北斗导航、5G技术、中国国际进口博览会、海南自贸试验区……它们让天堑变通途，让歧路成坦途；让海蓝与绿洲惊艳相逢，让雪域同水乡美丽邂逅；让天涯若比邻，让新朋成故交。它们打通了一个个偏远断点，让中国经济血脉变得更加畅通，并正在重塑中国经济地理的新标志，勾勒出中国经济运行效率的新版图。

一个国家的形象气质，显于它的自然山水，更融于它的交通之中。而这交通，既是道路桥梁、码头港湾、通信基建这类“骨肉皮”的塑造，更是民族性格培育、国家对外开放这样的“精气神”的铸就。事实证明，40多年来，走出去的改革开放让我们在经济全球化进程中受益，而发展中的中国也为世界的发展提供着动力。一个流动的中国，充满了繁荣发展的活力。发展未有穷期。所以，我们要一直在路上。在路上，脚下也许还有泥泞，但前方必是美景。

三、作答要求

(一) 根据“给定资料1”，分析部分城市马拉松赛事存在的主要问题并提出相应的改进措施。(20分)

要求：(1) 紧扣资料，符合实际；(2) 表达准确，条理清晰；(3) 字数不超过400字。

(二) 为了促进咖啡产业的发展，Y省政府拟出台指导意见。请结合“给定资料2”，提出可行性建议。(30分)

要求：有针对性，可行性强，不考虑格式。字数不超过300字。

(三) 根据“给定资料3”，分析三个村镇旅游发展的相同之处，并概括其各自的成功经验。(30分)

要求：紧扣资料，内容全面；条理清楚，层次分明；字数不超过400字。

(四) “给定材料4”中提到“我们与世界相交，与时代相通，才能让一切保值增值，更添赋流通的美。”请你根据对这句话的理解，自拟题目，写一篇文章。(70分)

要求：(1) 自选角度，立意明确；(2) 思路清晰，语言流畅；(3) 联系实际，不拘泥于“给定材料”；(4) 字数1000~1200字。

请扫描QQ二维码，备注“公务员考生”加QQ好友，获取曹长远老师精解历年公务员考试申论、行测、面试真题完整解析资料。

精品资料，尽在掌握！

