

名师点拨——公文题



粉笔公考·官方微信

知识点回顾



通过阅卷规则训练思维逻辑

例题 1（2013 年河南卷）

题目

假如“给定资料 6”中的乡党委石书记准备向县委报告杨村发生的事情和乡里的解决措施，请你为他草拟一份汇报提纲。（20 分）

要求：（1）定位准确，有针对性；（2）内容全面，层次清晰；（3）对策建议具体有效；（4）不考虑行文格式，不超过 400 字。

参考答案

关于杨村农业综合开发项目受阻事件的汇报提纲

一、事件经过：2008 年开始，我乡开展农业综合开发项目，先在两村实施，取得良好效果。但 2009 年，在杨村等六个村子实施该项目时遇到了争议和阻碍。

二、争议原因：1.村民说村委会事先没有开会，他们不知情；但村主任说肯定开过会，

村民知道项目内容。2.当村民的青苗被铲、宅基地被占，找村委会和乡政府询问青苗补偿费和占用土地补偿费时，均被告知申请补偿没有政策依据。3.一些村民觉得项目建设用地破坏了风水。

三、乡党委的解决措施：1.加强宣传力度，让村民了解此惠民项目。2.召开村民大会，具体情况向每位村民说明。3.在此问题上不继续粗暴执法，不搞一刀切。4.确定占用土地补偿费等的政策依据，及时补偿。5.对个别借机闹事的不法分子予以打击，严肃处理。6.针对“破坏风水”说，加强教育引导和培训。7.对于此次事件总结经验，避免在以后的工作中出现此类问题。

阅卷规则

1. 述事情经过：2008年引进惠民项目，乡里先在两村实施该项目，效果良好。(2分)。
2009年，该乡杨村等六个村子开始实施这个项目，不想却受到阻碍。(2分)。
2. 原因：(1)村民说对于该项目毫不知情，该村主任说，会是肯定开过的，项目内容会上讲得很清楚，这些村民称毫不知情没有道理。(2分)(2)村民们拿着土地承包合同或土地使用证找村委会和乡政府，询问青苗补偿费和占用土地补偿费，但均被告知申请补偿没有政策依据。(2分)。
3. 对策：(1)加大宣传力度，让村民了解此惠民项目。(2分)。
(2)再次召开村民大会，具体情况向每位村民说明。(2分)。
(3)对于受到损害的村民应该予以补偿。(2分)。
(4)政府在此问题上不应粗暴执法，不能搞“一刀切”。(2分)。
(5)对于一些借机闹事的不法分子予以打击，严肃处理。(2分)。
(6)对于此次事件总结经验，避免在以后的工作中出现此类问题。(2分)。
逻辑结构合理，语言表达流畅，加2分。

例题2(2013年国考副省级)

题目

有关部门拟在全球最高的妈祖圣像落成周年纪念日举办妈祖文化旅游节活动，需要一批志愿者向游客讲解妈祖文化。请你根据“给定资料4”，为志愿者写一份示范性的讲解稿。(20分)

- 要求：(1)内容具体，切合主题；(2)准确全面，逻辑清楚；(3)表述生动，对象明确；(4)总字数400~500字。

参考答案

天后妈祖，天下一家

各位同胞、各位游客：

大家好！今天是妈祖圣像落成周年纪念日，我怀着虔诚的心向大家介绍妈祖文化。

一、妈祖文化的起源和精神象征。妈祖又称天妃、天后，是船工、海员和渔民共同信奉的神。公元 960 年生于福建莆田，起名林默，识天文、懂医理，急公好义，为人信赖，过世后乡民为她建庙祭祀。妈祖是无私、善良、亲切、慈爱、英勇的象征和女性代表。

二、妈祖文化与佛教和儒家融合。佛教称林默是东海龙王的女儿，并渐渐成为与观音菩萨平起平坐的神；儒家将她改造成道德楷模和精神典范。

三、历代统治者对妈祖文化重视和推广。忽必烈封妈祖为“护国明著天妃”，逐渐升为国家级保护神；清代妈祖信仰进入全盛期，地位尊贵得无以复加。

四、妈祖文化源远流长。移民潮推动妈祖信仰范围的扩大，影响力遍及南方沿海、港澳台及亚洲、北美等国家地区，在全世界拥有众多妈祖庙及信众。

如今，海外的游子还未归家，让我们借妈祖之名，以亲情的名义祈祷四海归一、天下一家吧！谢谢大家！

阅卷规则

（一）答案要点。

- （1）解释说明妈祖文化的起源与妈祖文化本身的精神象征意义。
- （2）佛教与儒家对妈祖文化的人文价值建构。
- （3）历代统治者对于妈祖文化的重视与推广。
- （4）移民带动了妈祖文化在国内外的信仰。
- （5）妈祖文化也是促进文化交流、两岸统一的精神基础。

（二）赋分细则。

- （1）每点 3 分，共 15 分；整体语言规范、生动、有感情，具有示范性，5 分。共 20 分。
- （2）每点根据概括是否准确以及表述是否清晰等情况，酌情给 1 ~ 3 分。
- （3）言之有理的答案酌情给 1 ~ 2 分。
- （4）错别字 3 个字扣 1 分。
- （5）超出 50 字以上扣 1 分。

真题实战

题目：

某市拟举办知识付费平台产品推介会，假定你是参会的“KJ”团队成员，请根据给定资料 5，撰写一份“KJ”产品推介书。（30 分）

要求：全面准确，逻辑清晰，突出特点；不要求格式，不超过 500 字。

材料 5

“KJ”是北京 M 视讯传媒科技有限公司推出的视频产品，由前央视编导团队制作，北京师范大学历史学院教授担任历史顾问。其内容主要关注历史人文、自然地理、文化风俗等领域，每期节目时间 3 分钟左右，向用户普及历史文化知识。“KJ”团队于 2015 年 6 月正式成立，2015 年 10 月正式上线今日头条、腾讯视频和微信公众号，此后保持每日更新。2015 年 11 月“KJ”同名 App 同步上线应用市场，并陆续在爱奇艺、优酷等 50 余家平台上线。2016 年 12 月，“KJ”App 上线《优雅集》《西域列国传》等付费视频节目，在喜马拉雅上线《铭知故问》音频付费节目。没有低俗内容的炒作，没有所谓网红的带动，凭借屡次突破千万级播放量的 3 分钟短视频，“KJ”被认为是“最棒的互联网历史短视频”生产者。

“KJ”拥有 4 个风格不同的产品线，以有趣、有用为出发点，用户既可以在观看过程中得到愉悦的满足，也可以真正学到科学系统性的知识。历史揭秘系列的《KJ 大揭秘》，旨在揭秘解密历史中鲜为人知的真相，厘清逻辑，消除普通人对历史细节的谬误；趣味科普系列的《KJ100 秒》，用 100 秒时间讲解历史文化知识，纵向贯穿各朝代、横向覆盖同一朝代不同国家或不同地域，如《100 秒看中国版图千年变化》《100 秒看女子服饰变化》等；脱口秀系列的《KJ 说》，邀请北大、北师大等名校教授讲解，深入剖析历史话题，以史为鉴，从历史引导出文化、心理、管理等论题，如《王开玺说慈禧》系列；地理人文系列的《KJ 地理》，是独立于其他历史系列节目的单独品牌，打造地理文化旅游产品，拍摄中国历史文化遗迹、景区等。

“KJ”选题有“裂度”和“深度”两个维度。裂度是指“熟悉领域的陌生信息”，这两者之间的分裂度越大越有传播性，以此做的选题反响火爆；深度上，往往会将一个选题深挖至少三个层次，以此给观众带来更独特深入的视角，保证优质内容的持续输出。

“KJ”购买了大量央视及其它机构出品的顶尖纪录片，和一些制作机构敲定了几千小时的高质量纪录片合作，拥有巨量优质内容的版权。一方面可以为持续产出优质的内容提供基

基础性素材，降低运营成本，另一方面，这些版权的价值会随着社会版权意识的提高，日渐形成独一无二的竞争优势。

“KJ” 技术团队不但以用户第一视角进行产品的重塑，还通过后台数据的动态变化来研究用户的喜好，从而反向去思考内容模块的打造。基于对用户行为数据的分析，跟随消费者需求进行了产品细分，设立了不同的产品线。通过对用户行为的解读，更进一步地实现需求的匹配。根据用户固有浏览习惯做出精品推荐，降低新用户主动获取信息的难度。

“KJ” 创始人表示：在知识付费的浪潮下，“KJ” 借助短视频这一载体，成为满足人们日常了解文史地理需求的产品，从更广义的层面，还可以承载起中国文史地理知识普及的使命。

遇见不一样的自己

come to meet a different you