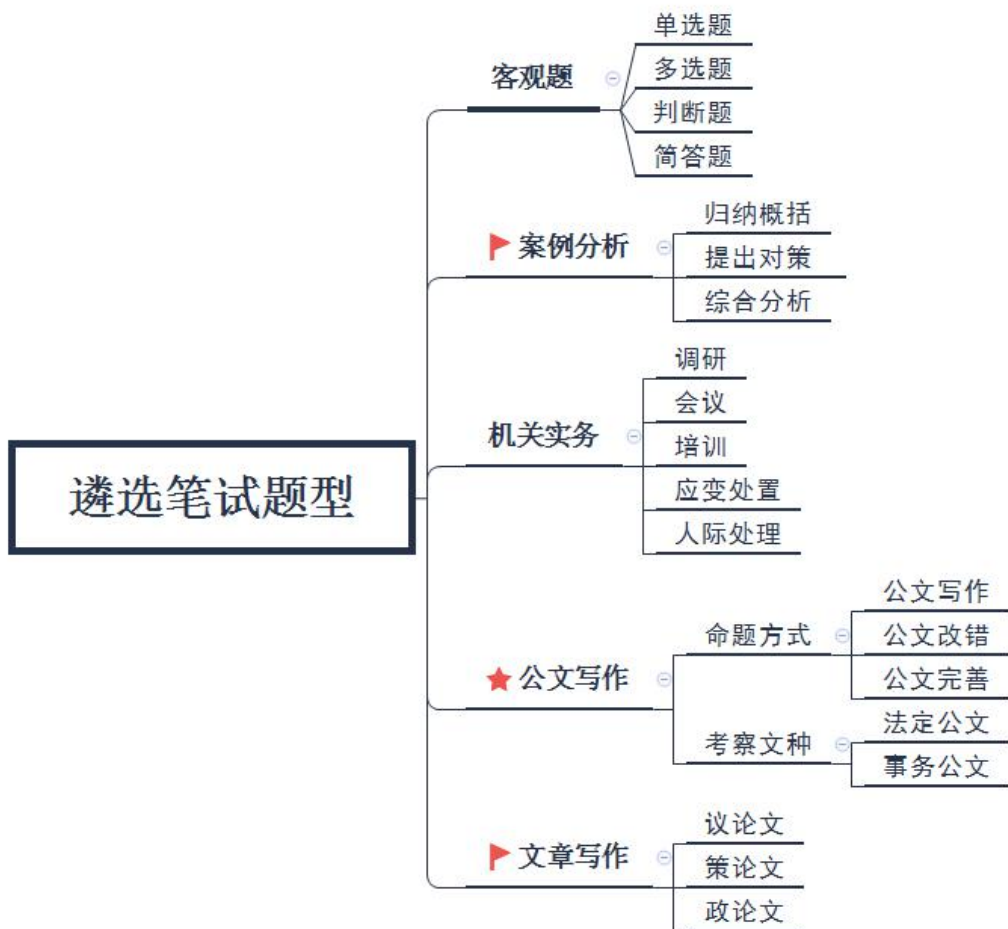


第一节 题型概览

一、思维导图



图一 遴选笔试题型一览表

二、备考详析

随着遴选考试的常态化和规范化，地方公开遴选和选调的笔试题型相较于前几年日渐规范，不仅有向中央机关、省直机关公开遴选靠拢的趋势，且题型命制也逐渐凸显出规律性。

（一）客观题

1.命题规律：以单选、多选、判断以及简答题为代表的客观题，其本质是对考生知识储备的考察，而不是个人能力的测查，所以在遴选考试中，遴选机关的层级越高，客观题考察的概率和所占分值就越低。简而言之，遴选层级与客观题考察成反比。

2.考察内容：遴选笔试考察的客观题内容繁杂，知识面极广，既涉及党史知识、法律知识、省情市情、国情政策等内容，也会涉及天文地理、人文史哲等知识点。

（二）案例分析

案例分析是遴选笔试的重头戏，基本是逢选必考。从命题角度看，案例分析主要通过背景材料反映某一话题，然后设置作答要求进行解题。从具体问法上看，可以分为：

1.归纳概括

【题目展示】

根据给定资料，简述资料中的做法在改善和提高公共服务方面有哪些可借鉴的经验。

要求：紧扣材料，内容具体，逻辑清晰，层次分明，不超过 300 字。

2.提出对策

【题目展示】

请针对资料所涉及的城市人才工作中的问题，提出相应的改进措施。

要求：内容全面，措施得当；思路清晰，层次分明；语言流畅，书写工整；不超过 500 字。

3.综合分析

【题目展示】

请运用马克思主义哲学的基本观点，分析评价李光明的领导行为。

要求：观点明确，分析透彻，有思想性，400字以内。

（三）机关实务

公开遴选强调“干什么，考什么”，其考题更侧重遴选对象是否在基层通过锻炼具有实际的工作能力。机关实务是对机关常见问题、实务、矛盾的场景再现，考察应考者是否具有机关工作的基本工作能力，如调查研究能力、统筹协调能力、人际处理能力等。

1.考察频率：考察频率远低于案例分析、公文写作、文章写作。

2.题目难度：虽是对机关或基层工作实务的再现，但由于考试时间紧、资源调配难、部门权属限制等因素，导致此种题型的作答不是很理想，成为遴选考试中的得分“洼地”。

（四）公文写作

近几年的公文写作有普遍化、规范化的命题趋势，且部分考试中有弃文章重公文的命题趋势。

1.命题形式偏好：完整公文写作出现频率最高，其次为公文完善，公文改错在大部分省份有淡出舞台的趋势。

2.备考难度较大：公文种类繁多，注意事项众多加之市面公文资料鱼龙混杂，导致很多考生在公文备考中走了不少弯路。中公教育在公文写作讲解过程中既讲通用逻辑，又突出文种特质，实现“举一反三”与“精准答题”的完美匹配。

（五）文章写作

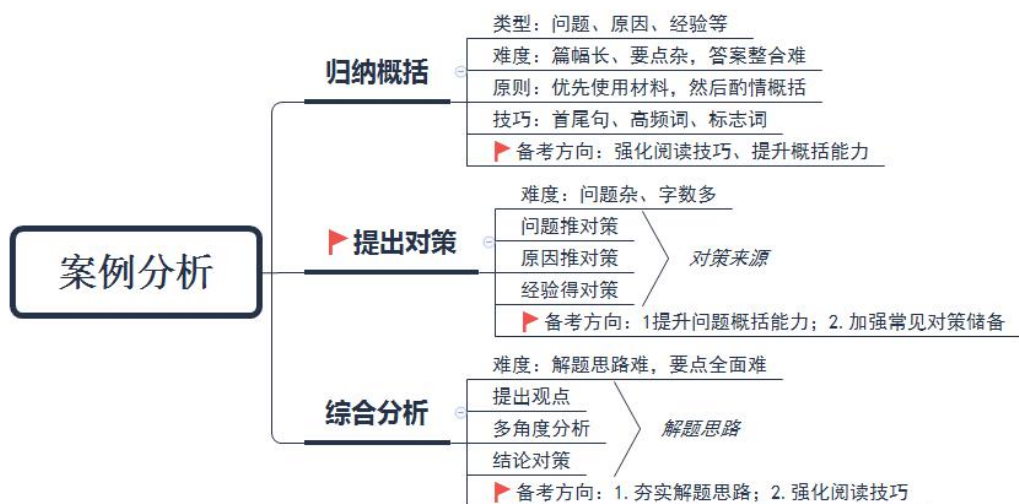
文章写作一直是遴选笔试的重头戏，分值高、字数多、话题抽象，导致众多考生丢分严重。近几年的遴选考试中，文章写作具有以下特点：

1.体裁有限制：大部分遴选文章写作会明确限定“议论文”、“策论文”或“政论文”，近几年政论文出现概率越来越小，议论文和策论文大兴其道。

2.文采有要求：既要语言朴素平实，又要生动形象，还要思想深刻，因此考生要加强对语言方面的锤炼，加大对优秀语言素材的积累。为提升学员的“笔杆子”水平，中公教育课程专门设置“文章讲练”、“文章讲评”以及“高分文章赏析与技巧”等特色模块，将方法与素材融为一体，快速提升学员水平。

第二节 靶向提分

一、案例分析



【靶向提分“秘钥”】

案例分析是备考重点，也是提分关键。案例分析的本质，即处理好两组关系，一是题干与材料的关系，二是材料与自身储备的关系。全面感知了解案例分析需要从以下几个方面着手：

一、命题方式：从问法上看，可以分为归纳概括（材料反映什么信息）、提出对策（怎么办）、综合分析（怎么看）。三种问法组合出现，依托材料多维度测查。

二、作答原则：材料为核心，切勿完全脱离材料进行作答，否则只会一败涂地。根据题干要求充分挖掘材料信息，在利用材料的基础上再结合政策理解和政府工作经验进行分析判断、要点整合才是正道。

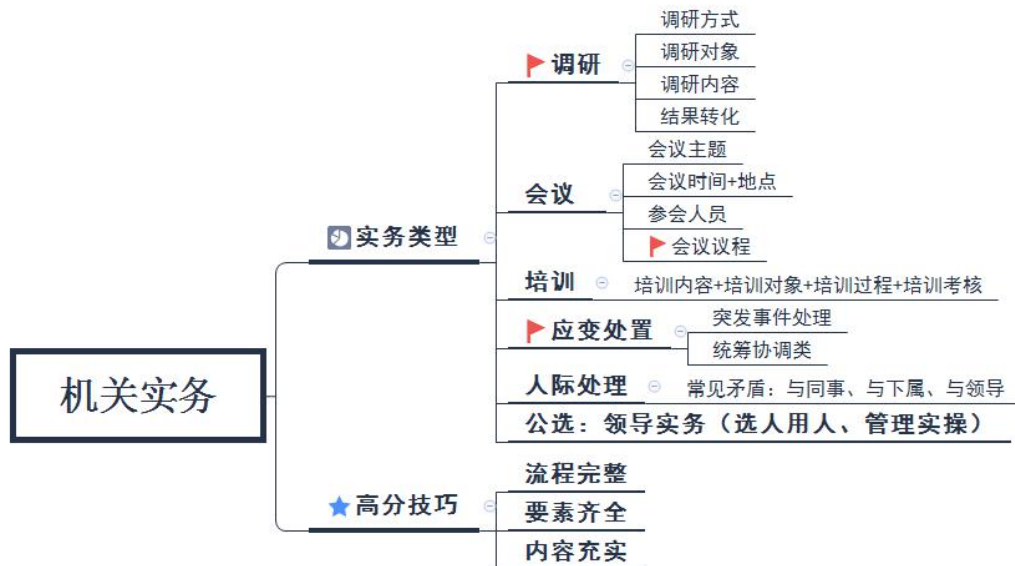
三、技巧传递：不论是概括、对策，还是综合分析，其本质都是考察考生的材料处理能力，在答题过程中，概括是基础，对策是提升，综合分析是拔高。作答归纳概括题目时，要充分利用高频词法、首尾句法、转折并列等标志词汇法等技巧定位得分词。作答提出对策时，一要问题原因概括精准全面，二要具体对策扩展充实到位。作

答综合分析时，要把握好两个环节，一是阅读概括环节的全面性，二是答案思路的完整性。（参照上图进行理解）

【中公教育温馨提示】

案例分析备考最为重要的树立正确的认知，尊重材料、正确使用材料是获得高分的关键。针对案例分析题干的不同问答方式，考生要各个击破，切不可混为一谈。

二、机关实务



【靶向提分“密钥”】

机关实务不是脱离材料，一味使用自身工作经验进行作答，而是工作经验与材料、要求的完美融合。

一、作答原则：作答要求确定任务，自身经验确定流程，给定材料决定内容要点。

二、技巧传递

(1) **关键词分析法**：紧扣题干及材料关键词，进行联想，以达到细化内容获得得分点的目的。

【例题】

6月13日,中央电视台新闻调查栏目《朝闻天下》节目报道了某县几家禽蛋加工厂非法使用工业硫酸铜腌制皮蛋生产毒皮蛋事件。假如你是该县政府办公室张主任,报道播出后,该县县长给你打电话,准备在6月14日上午开一个县委、县政府领导班子碰头会,请问你要准备哪些会议材料供县领导决策?

【分析】

关键词:

《朝闻天下》节目——视频资料

几家禽蛋加工厂——生产资质、法人情况等

非法使用工业硫酸铜——工业硫酸铜特性及管理制度、相关法律条款

毒皮蛋——影响范围、中毒群体、食品流向等

供县领导决策——整改及处理方案

(2) 矛盾分析法: 确定需要解决的矛盾并深入分析原因,按照轻重缓急对矛盾进行排序,针对矛盾提出解决建议。

【例题】

万胜镇向阳村有1000亩成片山地,200亩为集体所有,800亩为村民自留地。村委准备将该山地承包给外村村民刘勇成片开发,改种油茶。小部分村民说村上领导把钱往自己口袋里塞,山地承包后承包款会被村领导挥霍掉,加上承包价比较低,不同意承包转让。因此,向阳村1000亩成片山地开发油茶的项目无法实施下去。

问题: 你作为镇里挂点该村的领导,将如何处理此项工作?

【分析】

STEP1: 确定矛盾

核心矛盾: 不同意土地转包

矛盾 1.村民对村干部及财务的质疑

矛盾 2.承包价较低

矛盾 3.其他原因: 不了解国家政策及土地转包的意义(分析得来)

STEP2: 矛盾排序

按照轻重缓急、工作主次等原则进行矛盾排序: 矛盾 3-矛盾 1-矛盾 2

STEP3: 推导对策

矛盾 3.其他原因: 不了解国家政策及土地转包的意义(分析得来)——宣传动员

矛盾 1.村民对村干部及财务的质疑——调查核实+加强财务管理

矛盾 2.承包价较低——创新合作模式，土地入股等方式。

STEP4：形成答案

【答案】

该项目对于当地脱贫致富极具推动作用，主要从以下方面推动该项工作：

一、**认真研读相关政策。**认真掌握现行农村土地、林权制度改革和土地流转的相关政策、法律法规，为做通村民思想工作奠定基础。

二、**强调项目现实意义。**明确 1000 亩山地油茶开发工作在全村工作中地位，阐明油茶开发对全镇经济发展和提高当地村民收入的

三、**调查村民反映的问题。**针对村民反映的村干部的问题组织调查清楚，根据调查结果作适当处理，严肃处理存在贪腐的基层干部，还村干部一个“清白”，还村民一个“明白”。

四、**加强村级财务管理。**完善村务公开，建立村委、村干部与村民的沟通机制，让村民对公共资金的每一分钱都做到明明白白。

五、**创新土地流转方式。**与项目承包人协商，鼓励其聘用本村村民打工或指导采用土地入股形式参与该项目。同时，开展技能培训，提高生存技能。

三、公文写作



【靶向提分“密钥”】

公文写作是遴选考试中的重头戏，是文字写作能力、解决实际问题能力的重点测查题型之一。然而很多考生在遴选备考过程中却无从下手，一是因为公文文种众多，浩如烟海；二是缺乏规范性文种模板，貌似同一文种有多重变体，从而让学员产生想学却无从下手的感觉。

其实，现有公文文种不是单一的个体，而是规律性极强的组合，把握规律便能事半功倍。此外，遴选考试始终坚持“干什么考什么”的原则，故此以该原则作为筛选标准，便可精准复习。

（一）选择“有偏好”

决定、命令、指示、批复、通知、通报、公告、通告、议案、请示、报告、调查报告、总结报告、函、会议纪要、工作方案、谈话记录、讲话稿……以 2012 年 7 月 1 日中共中央办公厅、国务院办公厅联合印发的《党政机关公文处理工作条例》为准绳，

诸多公文文种整体可以分为法定公文和事务公文两大类。换言之，法定公文的文种可直接作为红头文件下发，而事务公文则不具备此种效力。常考的高频文种如下：

1.高频法定公文：通知、通报、请示、报告、纪要、意见、函。

2.高频事务公文：讲话稿、工作方案、工作计划、调研报告、宣传稿、倡议书、简报。

（二）备考“有门道”

公文类题目在作答的过程中，基本就是两个“拦路虎”，一为变幻莫测的外在格式，二为思维缜密的逻辑思路，从某种角度上来说，只要克服了这两个核心问题，可以说，公文部分的问题即可迎刃而解了。下面我们从“格式规律”和“思路推导”两个层面为各位呈现简单、高效的备考攻略。

1.格式记规律

公文的外在格式一般包含了版头、标题、发文字号、主送机关、正文、附件、发文单位、发文时间等要素。绝大部分情况下，遴选考试中的公文写作不涉及版头、抄送单位等内容，因其在红头文件下发过程中均会使用自带版头的信笺，非红头文件又未有太过严苛的要求，所以格式层面重点准备的则是标题至发文时间部分的要素。格式多样，但有规律可寻：

（1）正式程度与要素多寡成正比。

法定公文的格式要素一般多于事务文书，一般会涉及发文字号、附件等内容。事务文书多采用“标题+主送机关+正文+发文机关+时间”的“标配”，或直接“标题+正文”的格式组合。

（2）标题拟定万变不离其宗。

在遴选考试中，标题的写法多采用给定标题，如“关于+主题+文种”或“发文单位+关于+主题+文种”的形式。例如《XX省纪委、省监委关于八起违反中央八项规定精神典型问题的通报》。

（3）主送机关、发文机关有联系。

个别题目中，题干仅告知自身部门，但对发文单位未明确指出，此种情况下就需要根据文种的行文方向和本部门的上下隶属关系进行推导。

（4）整体记规律，少数记个例。

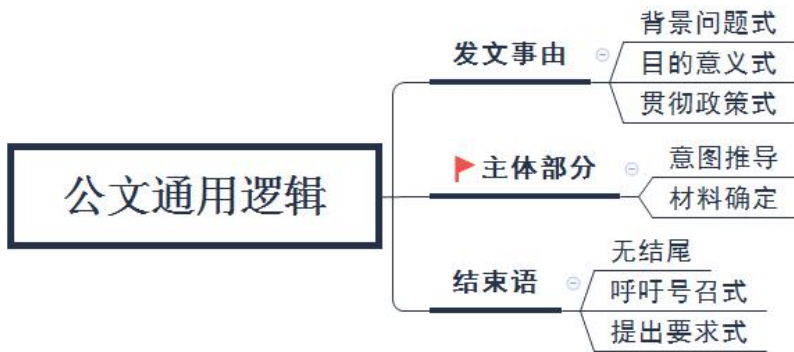
法定公文的格式多具有内在一致性，例如通知、通报、请示、批复、函、报告、命令、意见等均采用下图的格式范式。而会议纪要、通告、公报、工作计划、工作方案、简报等在下图的基础上进行要素的缩减。



【图】公文通用格式范例

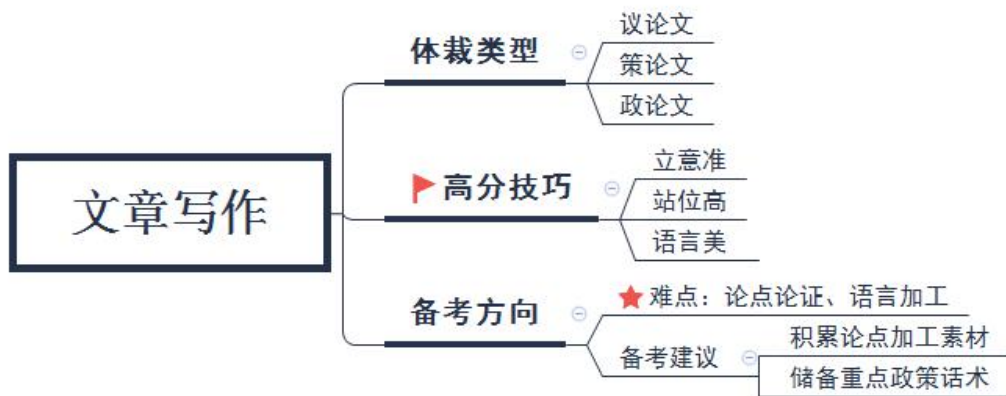
2.思路能推导

公文内在的逻辑思路可以说是公文类题目的最大“拦路虎”，先写什么、再写什么、重点写什么，都会让人手足无措，若按照公文文种逐一进行记忆，既大大增加了备考的记忆压力，也容易造成不同文种间逻辑的混乱。所以逐一记忆的方法在公文类题目的备考中不是明智之举。法定公文亦或是事务文书其内在的写作脉络可以归纳为：



公文写作是遴选考试中的分数“分水岭”，希望各位考生能够既针对性各个击破，又能够发现内在规律提高备考效率。除了格式以及行文逻辑上复习外，大家还要增加理论政策的学习，加深政策理解与领悟，在公文撰写过程中写出语言精道、站位正确、表达到位的公文范式。

四、文章写作



【靶向提分“密钥”】

在机关遴选考试中，文章写作是拉开分差、决定能否通关的关键。文章写作获得高分，需要做到“三字口诀”：

1.立意要“准”。何谓立意？人们常说“文以意为主”、“文以载道”，这一“意”或“道”就是文章中心。“立”即指确立，“意”即是意图，立意就是确立文章的写作意图。凡是好文章，无一不是在立意上下功夫的。因为文章的中心思想，就如文章的灵魂，它统领全文，贯穿首尾。遴选考试中文章立意之难，难在话题选择，难在材料限定，难在自身储备干扰。材料到底如何使用？如何确定最佳的立意方向？解决了这两个问题，方可实现“准”的要求。确保文章立意精准的方法有二：一、题干分析法，充分挖掘题干要求及暗示条件，廓清边界；二、材料整合法，分析材料内容及逻辑关系，明确切入角度。

2.站位要“高”。站位即看待问题的角度，有没有一个高的政治站位，决定了我们看问题的视野，推动工作的魄力，解决问题的方法。在遴选文章写作中，能够从大局出发，思想高远，看透本质才能够彰显出自身才华。站位高远即考生通过文章透露

出的政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识。站位高远最直接的方法，即引政策。援引中央大政方针、地方文件，站在新时代背景下，运用新思想分析问题、展开论述，此种方法是站位高远最为直观、简单的方式。

3.语言要“美”。观点新颖在应试考试中难度较大，但是通过语言增加考官的好感则比较容易实现。好的文章，光是语言就能让人流连忘返，手不释卷。遴选文章不仅要有思想，也要有文采。不是咬文嚼字、华而不实，而是生动形象、引经据典。考生在备考过程中要加强语言方面的积累。一方面，善用“修辞”。有意识地使用比喻、对仗、排比、拟人、谐音等修辞手法，能够让晦涩难懂的句子通俗易懂，让零散无序的句子气势磅礴，让抽象复杂的问题引人深思，从而使整个文章充满灵性。另一方面，善于“引用”。在遴选考试中有意识的引用名家名作、习式用语、历史典故等既能够增加文章的理论厚度，也能够大大提升论证强度。尤其值得一提的是，在素材引用方面要打开思维，通古博今，既可使用当下赤手可热的时政热点，也可引用时代久远的历史典故。

【中公教育温馨提示】

在考试中，面对文章写作要注重技巧：一、观点明确，建议采用“分论点式”结构进行构思，便于阅卷更方便构思；二、积累素材，尤其是政策表述、分论点加工素材，常用比喻修辞等；三、把握议论文、策论文以及政论文之间的异同。

第三节 预知未来

热点一 互联网+

（一）核心表述

习近平提出建设网络强国的战略部署。从“网络大国”到“网络强国”，一字之变，预示着中国互联网进入全新的发展时期。中国通过推行“互联网+”政策，在不到两年的时间里便成功地实现了中国全境的数字化。“互联网+”正在成为激发中国潜力的巨大动力。

（二）发展现状

【成绩】

1. **经济领域**，“互联网+”推动大数据与产业结合；带来资金与技术，降低小微企业融资门槛；创新产业运营模式。

2. **政治领域**，“互联网+”发展电子政务，推进社会治理体系与治理能力现代化。

3. **社会领域**，“互联网+”解决民生难题，实现优质教育、医疗和养老等；改善居民生活，更加便捷。

【问题】

1. 网络安全，“网络黄牛”、个人信息泄露、网络诈骗、大数据杀熟、外卖乱象。

2. 虚拟与现实，低头族、网络游戏、“微博控”、“微信控”、人工智能热。

3. 网络直播盲目跟风，低俗和恶搞，践踏法律道德底线。

4. 网络慈善，“网络水军”透明度差，弄虚作假，信任危机。

5. 网络暴力，人肉搜索、道德绑架。

6. 虚假信息，微商乱象、魏则西事件、网络谣言。

7. 网络作品，阅读碎片化、泛娱乐化、娱乐恶搞、侵权抄袭。

8. 政务网站，网络恐惧症、官微神回复、万能回复、“僵尸网站”。

（三）对策建议

一方面，抓住互联网发展机遇

1. 在政治领域，推进电子政务，避免信息孤岛，提升行政效率，创新管理模式。

2. 在经济领域，利用“互联网+”加快产业转型升级，发展“大众创业万众创新”，

助力精准扶贫。

3. 在社会领域，催生新兴产业，渗透人们生活各方面，满足群众各种需求。
4. 在文化领域，传播好声音，讲好中国故事，形成网络正能量。

另一方面，营造清朗的网络空间

1. 青年网民，勤学、修德、明辨、笃实，发出青年好声音、形成青春正能量。
2. 网络平台，防控技术，实名认证，信用管理，传播正能量，加强自律与监管。
3. 政府管理，利用发展机遇，政府思维，加强监管，法制建设，发动群众监督。

（四）范文赏析

拥抱全新的“互联网+”时代

动动手指，美味可口的饭菜送到门口；戳戳屏幕，物美价廉的商品立即上路；扫描二维码，骑上共享单车说走就走。甚至，有外国人将共享单车、移动支付、网购、高铁，比喻成当代中国的“新四大发明”。互联网是 20 世纪最伟大的发明之一，创造了一个光怪陆离的“三维”空间，给人们的生产生活带来了巨大变化，同样在中华大地上大放异彩。但任何事物都具有两面性，网络也不例外。如何正确看待互联网，对于我国由大到强、走在前列，具有十分重要的深远意义和现实意义。

“互联网时代”是最好的时代——实现智慧发展。互联网与制造业的融合，引发了工业互联网、智能制造以及“无工厂制造”，极大推动传统制造业转型升级。互联网与传统农业跨界融合，推进了我国农业生产向精确化、智能化和高效化的现代农业发展。微信红包，使人们隔空“秀”亲情；滴滴打车，足不出户享受订车之乐；网络购物，一场不见硝烟的指尖“狂欢”。可以说，世界因互联网而开阔得无从想象，世界因互联网又亲密的触手可及。互联网将以排山倒海般的态势，席卷整个时空，加快人类探索、前进的步伐！

“互联网时代”是最坏的时代——信息泄露频发。犹记得，2018 年 Facebook 信息泄露事件令人触目惊心。在我国，类似事件同样不可避免：从准大学生徐玉玉被骗引起猝死，到清华大学某教授被骗 1760 万元，再到明星的航班信息被肆意倒卖或随意查询，一段时间以来，公众个人信息泄露成为舆论焦点，并由此引发普遍的社会焦虑。不少人对周边环境充满戒心，有的甚至把公检法等部门的正常来电误认为是诈骗电话，造成新的“次生灾害”。只有全体公民参与、各部门、各企业都承担应尽责任，我们才能拥有更高质量的踏实感和安宁感。

“互联网时代”是真实的时代——拥抱虚拟回归现实。由华纳兄弟影片公司出品，斯皮尔伯格执导的科幻动作冒险《头号玩家》上映三天，首周末票房达 3.88 亿。影片中打造的 27 年后的未来，既有令人目眩神迷的虚拟世界“绿洲”，也有破败不堪、重负累累的现实，引发众人思考。相信斯皮尔伯格也是想通过电影来提醒人们未来的生活中，无论科技如何发展、社会如何变化，请理智面对现实，一味地逃避是不解决任何问题的。因此，理清虚拟与现实的关系，不要沉迷于虚拟世界带来的快感，虚度年华。

新时代，新挑战，新希望。蓬勃生长的互联网，堪称今日中国现代生活中一个“最大变量”，网络展现出色彩斑斓的思想图景和舆论生态，时而阳光灿烂，时而电闪雷鸣，让人心生“最好”与“最坏”交杂的“狄更斯之叹”。每一个身处互联网时代的公民，也要有责任有担当，传递好声音，弘扬主旋律，才能让“网络空间清朗起来”。

热点二 品牌经济

（一）核心表述

品牌是企业参与市场竞争的重要资源，是引领经济高质量发展的重要抓手，是衡量国家经济实力的重要指标。

改革开放 40 年来，我国品牌建设取得巨大成就。一大批企业家艰苦奋斗、矢志不渝、敢为人先，推动一批中国企业抢抓转型风口、发挥比较优势、提速创新驱动，带动一批中国品牌从无到有、从小到大、由弱变强，在世界崭露头角。

（二）主要问题

1. **品牌管理观念薄弱**：管理者品牌意识不强，缺乏品牌管人才。
2. **核心技术有待加强**：重投入式发展，轻创新式驱动，科技创新滞后。
3. **品牌价值有待提高**：品牌价值偏低，缺乏品牌核心价值的创建与培养。
4. **支持体系有待健全**：顶层设计不够，缺乏机制体制保障。
5. **品牌保护亟待加强**：法制环境尚未形成，市场监管机制不完善。

（三）对策建议

1. **品牌基础建设工程**。坚持更高标准引领；实行精细化质量管理；全面实行商标品牌战略；增进知识产权保护与应用；培养示范标杆；建设高层次人材队伍；增强品

牌建设软实力。

2. 供给结构提升工程。打造农产品品牌；提升制造业品牌；壮大服务业品牌；打造国际自主品牌；铸造食品药品品牌；培养区域品牌。

3. 需求结构升级工程。引领消费升级；强化品牌营销和推行；完善品牌诚信体系建设；优化营商环境。

（四）范文示例

在时代大潮中用品牌讲好中国故事

一项市场调查显示，中国品牌正迎头赶上洋品牌，中国移动、华为、阿里巴巴等品牌知名度越来越高。这些品牌是讲好中国故事的宝贵财富，具有塑造国家形象的特别作用。宝马、奔驰、西门子为“德国制造”赢得了美誉，三星手机、几部韩剧塑造了韩国的科技、文化形象。提炼好、讲述好中国品牌的故事，将为世界打开一扇了解中国的美丽窗口。

中国品牌见证着科技创新的奇迹。神舟飞天、嫦娥奔月、蛟龙入海、高速铁路、海尔电器、小米手机……这一个个响亮的中国品牌，是勤劳智慧的中国人勇攀科学高峰的生动见证。10年前高铁技术还掌握在德国、日本、法国的企业手中，中国高铁尚在图纸上，到今天已通车1.6万公里，覆盖全国28个省区市，在运营里程、运行速度等方面创造多项世界第一。中国航天从发射卫星到载人飞行、从开展空间实验到深空探月，在浩瀚太空越走越远。这些大跨越、大发展，靠的不是“搭便车”，也不是山寨剽窃，而是创新能力和科技实力的体现。我们讲中国品牌的故事，就是反映中国人崇尚科学、勇于创造的时代品格，展示中国产业自力更生、追赶超越的奋斗历程。

中国品牌蕴含着创业创造的传奇。每个知名品牌背后，都蕴含着一代甚至几代人高扬理想、勇敢追梦的故事。华为从一个只有几十名员工的小企业发展为拥有15万名员工的跨国公司，在全球市场拼出了近3000亿元的销售额，这样的发展奇迹着实让人惊叹。阿里巴巴演绎的故事也很多：网购逆袭传统零售，余额宝搅动金融业一池春水，“快的”打车改变了出租车行业格局……每一个故事都扣人心弦、引人入胜。讲述这些故事，反映大众创业创新的生动局面，反映创业者为梦想执着坚守、拼搏奋斗，更能引起人们的共鸣，也能更好地向世界展示昂扬向上的中国风貌和中国精神。

中国品牌展示着中华文化的魅力。品牌的背后是实力，深处是文化。在5000多年的历史长河中，我们的先人成就了许多伟大创造，至今仍然是中华文化的鲜明标识。

造纸术、火药、印刷术、指南针四大发明带动了世界变革，推动了欧洲文艺复兴。丝绸之路上的驼队、郑和下西洋的宝船，满载着丝绸、瓷器、茶叶等远播世界。今天，我们铸就了许多既继承传统优秀文化又弘扬时代精神的当代中国文化创新成果，“中华文化热”在国际上不断升温。孔子学院在全球 120 多个国家和地区开枝散叶，感知中国、欢乐春节等品牌文化活动广受欢迎。随着文化走出去步伐的加快，还会有更多的中华文化品牌涌现出来。讲述这些故事，生动再现中华民族古老智慧和崇高价值，形象描绘当代中国文化发展繁荣的绚丽画卷，能够让外国人更好地触摸中华文化脉搏、感知当代中国发展活力。

用中国品牌讲中国故事是一门艺术，必须善讲会讲。既讲品牌成长的经历、也讲品牌彰显的精神，既讲大故事、也讲小故事，既讲老故事、也讲新故事，既讲事物、也讲人物，把中国品牌的故事讲得生动活泼、娓娓动听，使中国品牌成为当代中国形象的闪亮名片。

热点三 消费升级

（一）核心表述

党的十九大报告提出，要完善促进消费的体制机制，增强消费对经济发展的基础性作用；在中高端消费等领域培育新增长点形成新动能；倡导简约适度、绿色低碳的生活方式，反对奢侈浪费和不合理消费。

（二）发展趋势

1. 从消费结构来看，电影、体育、旅游等快速发展。
2. 从消费方式来看，网络消费保持高速增长。
3. 从消费人群来看，“一老一少”引领新消费，“95 后经济”“银发经济”潜力巨大。
4. 从消费领域来看，信息消费、养老消费、健康消费，以及新型电子产品、智能家电、节能汽车等热点商品消费等新消费新业态和消费热点方兴未艾。

（三）主要问题

1. 国内产品质量不佳：食品安全事件和假冒伪劣产品层出不穷。
2. 国内产品品种缺乏：儿童用药种类匮乏。

3. 国内本土品牌缺乏：代加工，贴牌生产。

（四）对策建议

1. **放宽市场准入**：减少对民资、外资的准入限制，打破垄断，尤其是全面放开民营资本进民生短板领域。

2. **优化消费环境**：进一步简政放权，为企业发展和居民消费提供更多的便利。

3. **完善硬件设施**：要加大电网电信改造、城市地下管廊、城乡养老健康、医疗卫生等领域的投资建设：为消费升级创造良好的硬件条件。

4. **筑牢民生保障**：继续实施积极的就业政策和收入增长政策，要进一步织牢民生保障网。

5. **破除体制障碍**：是要深入推进重要领域改革，从根本上破除制约供给创新和消费升级的体制机制障碍，进一步发挥市场在资源配置中的决定性作用。

（五）范文示例

让新消费成为幸福感的源泉

“中国经济是一片大海，而不是一个小池塘”。诸如“双 11”等网络购物节的消费盛况，只是翻腾在中国经济大海之上的一朵浪花，反映的是大海般的内需潜力。13 亿多人组成的超大规模市场，释放出巨大的消费需求，不仅为中国经济增长蓄积后劲，更能够为世界经济增长提供消费红利。因此，要充分发挥消费对经济增长的驱动力作用，就需要提高居民收入、推进消费升级、净化消费环境，让百姓敢于消费、乐于消费、安心消费。

发挥消费的驱动力作用，要让百姓敢于消费。尽管我国人均 GDP 在逐年攀升，但收入总体水平不高且不均衡问题仍是制约居民消费的重要因素。完善收入分配制度，着力提高城乡中低收入居民收入水平，既是建立扩大消费长效机制和挖掘消费潜力的决定性因素，也是促进社会公平正义的重要体现。因此，合理调整国民收入分配格局，增强居民消费能力，需要进一步深化收入分配改革，努力提高居民收入在国民收入分配中的比重。与此同时，还要通过不断丰富和完善相关政策，完善医疗、住房等社会保障，让群众无后顾之忧，敢于消费。

发挥消费的驱动力作用，要让百姓乐于消费。当前，居民消费正由以衣、食为主的生存型、温饱型向以住、行为代表的小康型、享受型转变。我们要适应这一趋势，

通过不断开发新产品和发展新业态来满足不断扩大的消费需求，创造和引领新的消费需求。其中，服务业是内需潜力最大的产业，也是促进各产业融合、支撑城镇化发展、推动经济转型的重要引擎。要充分发挥政府对服务业的引导、监督和管理作用，引导服务业提供品质更高的产品和服务，为各行各业注入工匠精神，以满足百姓不断升级的消费需求，让百姓乐于消费。

发挥消费的驱动力作用，要让百姓放心消费。近年来，随着在线交易和网络购物的快速发展，网购等新型消费业态已经成为 80 后、90 后重要的消费方式。然而，这种新型消费业态却出现一系列问题，如快递员探包并假冒客户签字拒收，调包、损坏、难理赔……由于监管缺乏“硬指标”、处罚缺乏“硬杠杆”，发展“缺技术”，民众消费环境乱象丛生，亟待整顿。因此，完善消费相关政策法规，继续整顿和规范市场秩序；推进金融支付服务的变革，保障支付安全，鼓励银行与第三方支付在该领域的合作创新，从而营造良好消费环境，让居民放心消费。

要牢牢把握扩大内需这一战略基点，加快建立扩大消费需要的长效机制，释放居民消费潜力。”提高城乡居民收入，让老百姓敢于消费；加快消费品优化升级，让老百姓乐于消费；净化消费者消费环境，让老百姓安心消费，是解决扩大内需的三把利剑。三把利剑，破解了“不敢买”“不愿买”“不想买”的问题，为扩大内需保驾护航，为经济增长助一臂之力。

更多招聘资讯和备考资料

请关注微信公众号

吉林省公务员遴选信息



