

方法精讲-申论 5

(笔记)

主讲教师：李纳

授课时间：2024.08.16



粉笔公考·官方微信

方法精讲-申论 5（笔记）

目录

03 宣传类公文

04 评论类公文

【注意】

1. 回顾：国考涉及单一题、综合题、公文题。三类题型看似故弄玄虚，实则是层层递进的过程，以单一题为内核不断叠加难度。

（1）单一题：最为简单的题型，直接抄材料即可。

（2）综合题：需呈现总-分-总的结构，开头下定义，中间分条列项写要点，结尾做总结。

（3）公文题：格式上需要有标题、称谓、落款。

2. 公文题：

（1）题型识别：题干出现文种、对应文种。

（2）得分方向：格式、内容、语言。语言无特殊要求，通顺、流畅、通俗易懂即可。

①格式：文种决定格式。有国务院政府公文行文的明确规定。如倡议书，格式为标题+称谓+落款。如提纲（毕业论文提纲、汇报提纲、讲话提纲），“纲”为提纲、挈领，格式为大标题+小标签。如编者按，无格式要求，直接写“编者按：”。需背诵各类公文的格式。

②内容：题干和材料决定内容。题干问什么写什么，材料有什么写什么。如“针对东方镇文化站的问题给上级部门写改进建议书”，出现问题，写建议、写方案，属于方案类公文，是“披着公文外衣”的提出对策题，对策是靠问题推导出来的。如“L市东方镇文化站取得了进步和经验，假如你是一名东方文化站的工作人员，做一个经验分享讲话稿”，“经验”即总结，将文化站的做法总结出来。开头引入背景，中间写对策，结尾做总结，呈现总-分-总的结构。

（3）介绍自身经验时无需注意普适性，别人怎样学习经验都可以。

3. 宣传类

(1) 行文目的。

宣传类公文的主要目的是通过说服或宣传某种特定内容等转变他人的认知、看法，增长知识，进而倡导被宣传对象采取某些行动或者措施。

(2) 典型的宣传类公文。

公开信、倡议书、宣传稿等。

【注意】题型识别：宣传类文种特别容易判断，题干要求“宣传、公开、倡议”皆为宣传类公文，如公开信、倡议书、宣传稿等。

写作框架

标题	
主送机关或称谓：	
开头：交代背景+过渡句	
主体：宣传题干指定的特定内容（知识、理念等）或劝服（谈利弊）+倡议（根据题干和资料具体内容确定是否写对策，非必需）	
结尾：呼吁号召	
发文者	
××××年××月××日	

【注意】写作框架：

1. 格式：文种决定格式。有两种起标题的方式（二者在适用场景上有区别）。宣传类公文表述灵活，如“发表节约水资源的倡议”，可以写为“关乎水资源人人有责/不要让眼泪成为地球的最后一滴水”，故用呼吁式标题多一些。

(1) 正式：如在政府中写文件、汇报。利用“关于+事由+的+文种”的形式。大部分公文是需要给上级部门写，给领导做汇报和总结，故起正式标题居多。

(2) 非正式（呼吁式）：适用于生活化、灵活的公文。

2. 内容：

(1) 开头：交代背景，话题引入（问题、成绩、现状、定义），抄材料中的开头即可。

(2) 主体：

①以劝服为主的宣传类：通过“威逼+利诱”劝服某人一起做某事。“威逼”：

如果你不来就会遇到困难。“利诱”：好处多、福利多、实惠多。写“利诱”部分更多，即谈好处，如加入大学社团得到的好处，即“好处 1、好处 2、好处 3”。

②以传播指定知识和内容的宣传类：如“作为宣讲团干事，宣传中国共产党的先进思想”。直接去材料中找中国共产党的先进思想有哪些，即“思想 1、思想 2、思想 3”。再如“传播节约水资源的知识”，即材料中有什么内容还原什么内容，起到客观还原的方向的作用。

③宣传类公文要么以劝服为主，要么以传播知识为主，对策不重要，非必须写，材料有就直接抄，没有就不写。

(3) 结尾：起到呼吁号召的作用，故必须有结尾，占格式分。材料有就直接抄，材料中没有，要利用“……啊/呐/呢/吧/呀/了/啦”感叹的形式自己编写，如“让我们一起节约水资源吧/让我们一起加入总工会啊”。

【2022 江苏 A】

“给定资料 6”中的 W 市总工会在新业态群体中发展新会员的工作正在持续推进中，假如你是该总工会一名工作人员，请你为招新工作拟定一份宣传单。(20 分)

要求：符合给定资料情境，有吸引力，操作性强，语言流畅，篇幅 350 字左右。

【注意】题型识别：题干“宣传单”，属于宣传类公文中的劝服类公文（“威逼+利诱”）。回到材料中找“好在哪里”，开头介绍，结尾呼吁号召，中间写“好处 1、好处 2、好处 3”，呈现总-分-总的结构。

参考答案：

工会纳新送温暖 你的需要我来管

广大工友们：

我市总工会针对新业态职工增长快、权益维护难等情况，力推新就业形态建会入会工作，在新职业群体成立工会数十家，吸纳会员数千人，惠及多方面。

一、定期举办活动多。下载并注册 APP 入会，免费享受体检、发放实用物品、健康知识普及等多种服务项目。

二、驿站温暖劳动者。现已建设驿站 55 家，让大家休息、充电，解决快递用房紧张、进小区难等问题。

三、关爱平台解您忧。如开展常态化交通安全培训，开通线上线下 24 小时心理和法律咨询服

哪里职工，哪里就有工会组织。工会开展普惠服务，打造多元服务体系，服务灵活就业群体，提升新业态职工的归属感、幸福感！

【注意】以劝服为主的宣传类：标题生动，开头介绍，中间（“利诱”）“好处 1、好处 2、好处 3”，结尾呼吁号召，呈现总-分-总的结构。如果题干要求“加入合作社、文化站、社团”，写作形式相同，直接套用即可。

【2020 年联考·山西县级卷】

某省正开展优秀共产党员先进事迹巡回宣讲活动，假设你是宣讲团的成员，请根据给定资料 4，撰写一份“布衣院士”卢永根先进事迹的宣讲提纲。

【注意】题型识别：题干“先进事迹的宣讲提纲”，属于宣传类公文中客观传播知识类公文，回到材料中找卢永根的事迹，即写“事迹 1、事迹 2、事迹 3”，结尾呼吁号召“向卢永根院士学习”。“提纲”决定格式，要列成纲要式，写一级标题和二级标题，有“介绍、结语、事迹”，没有称谓和落款，格式决定外在形式。

参考答案：

致敬“布衣院士”卢永根

介绍：作为本次优秀共产党员先进事迹巡回宣讲活动的宣讲成员，很荣幸为大家介绍卢永根院士的事迹。卢永根作为大学校长、中科院院士、水稻遗传学家，被称为“布衣院士”。

事迹：一、忠诚于党。他信仰坚定，将政治生日作为新生命元年；听从召唤，在危难之际挺身入局；定位角色：先党员、再校长、后教授；学习理论，带病参加党员学习会。

二、创新科研。他不畏艰苦，完成恩师未竟事业，保存特色野生水稻基因库；矢志钻研，提出水稻“特异亲和基因”新观点，培育新品种并大面积推广。

三、报效祖国。他遵守诺言，拒绝亲人的移民建议；挽留人才，劝导留学生回国效力。

四、节俭无私。他生活朴素，坚持物尽其用，挤公交、换地铁，在食堂排队打饭，不浪费粮食；无私奉献，心怀感恩，用全部积蓄成立教育基金，捐献遗体。

结语：卢永根院士的事迹精神永远值得我们学习。

【注意】

1. 开头介绍卢永根，背景引入。中间介绍事迹“带病学习、听从召唤、不畏艰苦、研发水稻、报效祖国、节俭无私”等等，结尾呼吁号召，如果材料中没有，需要自己概括为“卢永根永怀先生我心，卢永根事迹值得学习，让我们向卢永根院士学习吧”。

2. 答疑：

（1）可以龙摆尾书写，但建议分段。

（2）结尾不能写“卢永根永垂不朽”，“永垂不朽”过于大，空喊口号，不符合话题。

【例 1】（2018 年贵州·B 卷）

假设你是绣山村的一名驻村干部，请根据给定资料 4，写一篇动员猕猴桃果农加入合作社的倡议书。（40 分）

要求：（1）紧扣资料，内容全面；（2）逻辑清晰，语言流畅；（3）字数在 400~500 字。

【解析】审题干：

1. 题干“一篇倡议书”，属于公文题。

2. 公文题三大得分点：格式分、内容分、语言分。

（1）格式：文种决定格式，标题+称谓+落款。

①标题：给老百姓写倡议书，故需要呼吁、生动、活泼一些，写为“加入合作社，实现新生活/一起做大做强/致富你我他/共走致富路”等类似表述，包含主题词即可。

②称谓：顶格书写。写为“各位父老乡亲/各位果农朋友/各位村民”等类似表述，符合身份即可，不能写“各位来宾”。

③落款：发文者不能以干部个人名义落款，而要以组织单位“绣山村村委会/绣山村组织部”落款。发文日期：“XXXX年XX月XX日”。

（2）内容：题干决定内容。“动员”的意图是劝服，呈现总-分-总的结构。

①开头：介绍“合作社”，作为背景引入。

②中间：论述好处多、实惠多（“威逼+利诱”）。

③结尾：呼吁号召，材料中有就抄，没有则自己编写，如“让我们一起加入合作社吧”。

（3）语言：通顺、流畅。

3. 字数要求：400-500字。不能少于400字，不能多于500字。

资料4

段1：P县气候温和，雨量适中，被誉为“中华红心猕猴桃之乡”。//在该县绣山村猕猴桃农业合作社面积达108亩的种植基地内，一串串圆滚滚的猕猴桃挂在树梢，等待采摘。这些猕猴桃将被快递分发到全国各地，成为其他地区认识P县的一张名片。谈起今年猕猴桃销路，绣山村合作社负责人老杜说：“全国十大果品市场都有咱的销路，加上线上销售，全村的量10来天就卖完了！”下一步，他打算在一些果品市场派驻专人，专职宣传和销售猕猴桃和其他特产水果。

【解析】资料4第一段：

1. “P县气候……猕猴桃之乡”：介绍背景。可作为开头，写为“P县被誉为猕猴桃之乡”。

2. “在该县……特产水果”：核心词是“销售/销路”。说明加入合作社，保证猕猴桃能卖出去。

（1）“分发到全国各地”：说明销量大。

（2）“全国十大果品市场都有咱的销路”：说明销路广。

（3）“线上销售”：说明不仅线下卖，线上也销售，靠电商卖货。

（4）“派专人专职销售”：说明销售方式很好，但凡好的方式都要写，无需注重时态，写为“未来会派专人专职负责销售”。

3. 资料4第一段梳理：

（1）开头：我县被誉为“中华红心猕猴桃之乡”。

(2) 好处 1：保证销量。线上线下销售，销往全国各地，与十大果品市场合作，专人负责宣传销售。

段 2：以往，将水果全部直销给水果商的传统销售模式，让果农们在辛辛苦苦地劳作了大半年后，收入少之又少，而且受价格浮动、物流和本地市场行情的影响，猕猴桃容易出现滞销。//为了改变这种状况，2015 年 7 月，村里 30 户农民走出了勇敢而冒险的一步：他们以 108 亩土地承包经营权和挂果猕猴桃园出资入股，自发组建了股份合作社，以解决他们以往生产经营中缺资金、缺技术、缺营销、缺服务等问题。

【解析】资料 4 第二段：

1. “以往……出现滞销”：“以往”说明没有猕猴桃之前出现的问题为“传统直销收入少，容易滞销”。

2. “为了改变……等问题”：介绍背景，可作为开头写为“以往，大家传统直销，导致收入少，受波动易滞销，故合作社需解决资金、技术、营销、服务等问题”，或者先说对策，再说过去不好，最后说加入合作社有什么好处。顺序不影响得分，核心要自圆其说，让阅卷老师看懂即可。

3. 资料 4 第二段梳理：背景。我县被誉为“中华红心猕猴桃之乡”，但过去传统直销，大家收入少，受价格、物流和市场影响，常滞销，为解决资金、技术、营销等问题，成立合作社，其优势明显。

段 3：合作社所有农资，比如上什么肥、打什么药、选用哪个牌子，经合作社年度农资统供会讨论确定后，由合作社先行垫资并以批发价统一采购，所需费用在果品销售后才扣除。农户不仅无需垫钱，还享受到团购批发价的优惠。比如，合作社统一到某公司购买牛粪肥料，每吨价格 40 元，而个人去买的话是 60 元，节省的“批零差”，降低了社员的生产成本；//到了秋季，无论社员的猕猴桃能否卖出，合作社都会以略高于市场价的价格集中收购。按照每亩产 2000 公斤猕猴桃计算，每公斤如果比市场价高出 0.4 元，亩地就比非社员多收入近千元，而且根本不用再为销路发愁担心，踏踏实实种果子就可以了。所有猕猴桃销售后，在超出市场价格的部分中，合作社提取 20%作为社里专职工作人员的工资，10%

作为合作社基金提留，其余 70%给合作社社员进行二次分红。

【解析】资料 4 第三段：

1. “合作社……生产成本”：

(1) “优惠”：与“钱”相关。

(2) “比如”：举例子，直接抄材料“降低生产成本”。

(3) “先行垫资”：说明无需先垫钱。

(4) “批发价统一采购”：说明团购优惠、省钱。

(5) 核心是“劝服”，故需要拿出好处来劝服，给一些甜头，好处要根据材料分析，即“先行垫资、无需垫钱、享受优惠、降低生产成本”。

2. “到了秋季……二次分红”：核心是“钱”。

(1) “略高于市场价集中收购”：说明收入增加，少花钱、多赚钱，节流又开源。

(2) “0.4 元、2000 公斤”：不写。

(3) “二次分红”：说明赚钱后进行二次分红。

3. 资料 4 第三段梳理：好处 2：降低成本，提高收入。

(1) 合作社先行垫资，以批发价统一采购农资，大家无需垫钱还能享受实惠。

(2) 到秋季会以高于市场价集中收购，销售后，七成盈利给社员二次分红。

4. 答疑：总括词不写“降本增效”。“效”指的是效率，材料强调的是收入，尽量使用材料原词。

段 4：合作社的这种运行机制和经营方式，让社员们成了“命运共同体”，诸如偷打膨大剂和农药、化肥等问题，也因为 CEO 老杜每天派专人巡查、社员相互监督而彻底销声匿迹。猕猴桃质量不再参差不齐，品质大幅提升。

【解析】资料 4 第四段：

1. “合作社……大幅提升”：

(1) “命运共同体”：意思是“一根绳上的蚂蚱”。

(2) 强调保障品质，派人巡查，相互监督，不偷打农药、化肥。

2. 总结：加入合作社的好处第一是不愁卖、销路多；第二是多赚钱、少花钱，

开源又节流；第三是保障品质。

3. 资料 4 第四段梳理：好处 3：提升品质。采用共同运行机制和经营方式，派驻专人巡查，社员相互监督，解决滥用药肥问题。

段 5：和很多娇气的水果一样，猕猴桃皮薄易破，保鲜不易。这就对物流提出了更高的要求。为此，合作社主动与邮政系统的两大龙头快递合作，并为两家快递的“水果优选”APP 提供货源。因为走量巨大，合作社在物流费用上获得了不小的折扣。同时，因为成为其旗下“水果优选”APP 的固定供货商，两家快递公司也更加重视合作社的果品，并配合合作社开展了一系列的宣传营销活动，与快递公司的深度合作，让合作社尝到了甜头。……

【解析】资料 4 第五段（上）：

1. “和很多娇气……更高的要求”：“这”强调对物流要求高。

2. “为此……不小的折扣”：

（1）“为此”：表总结。

（2）“龙头快递合作”：说明可以和龙头快递深度合作。

（3）“并”：表并列，说明可以为 APP 提供货源（美团、拼多多）。

（4）“折扣”：说明享受物流费用折扣。

3. “同时……甜头”：讲述开展宣传营销活动。

4. 资料 4 第五段（上）梳理：好处 4：物流方便。与快递公司深度合作，为其 APP 供货，不仅费用有折扣，快递公司重视果品，配合开展宣传营销活动。

5. 答疑：“APP” 占一个格子。

……合作社深知，猕猴桃要赢得消费者青睐，品质、营销，缺一不可。为此，合作社自己制定了严格的猕猴桃种植和生产标准，包括必须全程坚持原生态，不要化肥，只用农家肥……猕猴桃刚长出果子时，就要梳果，并套袋子，隔绝污染等。同时，把猕猴桃的生长发育过程，用图文形式全部记录下来……贴上作为每一颗果子唯一标识的二维码，一扫就知道它的前世今生了。合作社用坚持生产源头透明化的手段，让消费者买得安心、吃得放心。而每每有新政策、好的农业科技出来，合作社都会派人第一时间跑去请教学习，并及时引入到猕猴桃种植中。

用巧借政府优质资源的形式，来保证所产猕猴桃的好吃和安全。

【解析】资料4第五段（下）：

1. “合作社深知……隔绝污染等”：

（1）“种植和生产标准”：说明种植生产时有高标准。

（2）出现“省略号‘……’和‘等’字”表举例子，无需写，直接概括为“种植生产高标准，绿色生产无污染”。

2. “同时……吃得放心”：

（1）“同时”：表并列。

（2）“生产源头透明化”：指的是公开、透明生产，让老百姓买得安心、吃得放心。如果材料没有给出这个词，即概括为“溯源体系”。虽然现在生活好了，不愁吃喝，但老百姓在意的是吃的食品是否绿色、干净，为此让老百姓吃得好，可以扫二维码或者在食品袋上介绍食品、追溯食品。

3. “合作社用坚持……好吃和安全”：说明通过引入新政策、新农技，借助政府资源，保证猕猴桃好吃和安全。

4. 资料4第五段（下）梳理：提升品质。制定严格种植和生产标准，坚持生产源头透明化，并借助政府优质资源，学习引入新政策、新技术，保证果品好吃安全。

5. 总结：加入合作社的好处第一是销路广；第二是多赚钱、少花钱，开源又节流；第三是保障品质；第四是与龙头快递合作，享受甜头。

段6：“猕猴桃适应性强、易管理，种植猕猴桃不但具有美化环境的效果，更重要的是会帮助土壤改良。现在做出品牌和名气了，我们也认准了，就它了。”老杜说。

【解析】资料4第六段：可作为结尾（投机取巧的答法），写为“我们已经做出品牌和名气，希望大家认准猕猴桃合作社，欢迎各位加入”。

梳理逻辑

段2：开头

段1：销售

段 3：资金

段 4：品质

段 5：物流+品质

段 6：结尾

【注意】逻辑梳理：呈现总-分-总的结构。

1. 开头：介绍过去猕猴桃传统直销方式，合作社能解决问题。
2. 中间：销售、资金、物流、品质（物流和品质可合并）。
3. 结尾：呼吁号召。

【参考答案】

合作社一加 猕猴桃变金疙瘩

各位父老乡亲：

我县被誉为“中华红心猕猴桃之乡”，但过去传统直销，大家收入少，受价格、物流和市场影响，常滞销，为解决资金、技术、营销等问题，成立合作社，其优势明显。

一、保证销量。线上线下销售，销往全国各地，与十大果品市场合作，专人负责宣传销售。

二、降低成本，提高收入。合作社先行垫资，以批发价统一采购农资，大家无需垫钱还能享受实惠；到秋季会以高于市场价集中收购，销售后，七成盈利给社员二次分红。

三、提升品质。采用共同运行机制和经营方式，派驻专人巡查、社员相互监督，解决滥用药肥问题，制定严格种植和生产标准，坚持生产源头透明化，并借助政府优质资源，学习引入新政策、新技术，保证果品好吃安全。

四、物流方便。与快递公司深度合作，为其 APP 供货，不仅费用有折扣，快递公司重视果品，配合开展宣传营销活动。

猕猴桃合作社已经做出来名气和品牌，希望大家积极加入，将事业做大做强！

绣山村村支部

XXXX 年 XX 月 XX 日

（402 字，格子纸 500 字）

合作社一加 猕猴桃变金疙瘩									
各位父老乡亲：									
我县被誉为“中华红心猕猴桃之乡”，但过去传统营销，大家收入少，受价格、物流和市场影响，常滞销，为解决资金、技术、营销等问题，成立合作社，其优势明显。									
一、保证销量。线上线下销售，销往全国各地，与十大大果品市场合作，专人负责宣传销售。二、降低成本，提高收入。合作社先行垫资，以批发价统一采购农资，大家无需垫钱还能享受实惠；到秋季会以高于市场价集中收购，销售后，七成盈利给社员二次分红。三、提升品质。采用共同运行机制和经营方式，派驻专人巡查、社员相互监督，解决滥用药肥问题，制定严格种植和生产标准，坚持生产源头透明化，并借助政府优质资源，学习引入新政策、新技术，保证果品好吃安全。四、物流方便。与快递公司深度合作，为其 APP 供货，不仅费用有折扣，快递公司重视果品，配合开展宣传营销活动。									
猕猴桃合作社已经做出来名气和品牌，希望大家积极加入，将事业做大做强！									
绣山村村支那									
XXXX 年 XX 月 XX 日									

【解析】

【解析】

1. 开头：介绍背景。
2. 中间：
 - (1) 保证销量。
 - (2) 降低成本，提高收入。
 - (3) 提升品质。
 - (4) 物流方便。
3. 结尾：呼吁号召。
4. 结构：总-分-总。

5. 居中写标题，顶格写称谓，中间不分段，要点依次罗列，落款占两行。
6. 答疑：落款日期写“XXXX 年 XX 月 XX 日”，“XX” 占一个格子。
7. 如果劝服某人加入“总工会、文化站、党建组织”，主体内容的核心仍然是“好处”（“威逼+利诱”）。

【例 2】（2023 内蒙古旗县）

假设 A 市要在国家级媒体上发布一则三分钟的视频，推介该市的苹果以及相关产品，请根据“给定资料 3”，为该视频撰写一则推介稿。（25 分）

要求：联系资料，内容全面，条理清晰，语言生动；不超过 500 字。

【解析】审题干：

1. 申论材料出现“农副产品”的情况居多，题干“一则推介稿”属于公文题。
2. 要求：语言生动。结尾需要呼吁号召、宣传。如“实惠多多，好处多多，抓紧下单吧”。材料中如果有很生动、活泼的语言可以直接抄，如上道题中“金疙瘩”“致富路”。

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。

参考答案

收起 ^

“KJ”产品推介书

KJ是北京M视讯传媒公司推出的视频产品，由前央视编导团队制作，北师大历史学院教授担任顾问，关注历史人文、自然地理、文化风俗等领域。每期节目3分钟左右，屡次突破千万级播放量，被认为是最棒的互联网历史短视频生产者。产品特点如下：

一、拥有4个风格不同的产品线，有用又有趣。既有历史揭秘系列《KJ大揭秘》，也有趣味科普系列《KJ100秒》；既有脱口秀系列《KJ说》，也有地理人文系列《KJ地理》。

二、选题重视“裂度”和“深度”。挖掘熟悉领域的陌生信息，传播性强；深挖选题，给观众更独特深入视角，保证持续输出优质内容。

【注意】格式：推广书和说明介绍书一样，无需称谓和落款，仅写标题，写为“关于 KJ 产品的推介稿”。

【例 2】（2023 内蒙古旗县）

假设 A 市要在国家级媒体上发布一则三分钟的视频，推介该市的苹果以及相关产品，请根据“给定资料 3”，为该视频撰写一则推介稿。（25 分）

要求：联系资料，内容全面，条理清晰，语言生动；不超过 500 字。

【解析】内容：推介产品，重点介绍好处（好在哪里），即“好处 1、好处 2、好处 3”。

审题获得

标题

开头简介：

好在哪里：

结尾号召：

【注意】

1. 标题：A 市苹果等您来/A 市苹果金疙瘩。
2. 开头：简介。
3. 中间：好在哪里。
4. 结尾：呼吁号召。

整体浏览

苹果的快递车辆往来不断。果园的主人老马热情地招呼着客人：“随便吃，满意了再买。咱这儿黄土松厚，日头照得久，树苗扎得深，枝条开得茂，果子结得甜，是联合国粮农组织认定的苹果最佳优生区之一，最适合种苹果。”

作为一名有着丰富经验的果农，老马始终坚信“一分钱一分货”。五年前他流转了村集体72亩平整的山地，建起高标准苹果示范园。“在市、区果业部门技术员的指导下，我家的新果园完全按照黄土高原无支架密植高效栽培模式精细化管理，全部使用有机肥。尽管成本大，但效益更高。过去苹果论堆卖，现在按个卖，每个苹果价格在10元以上，最高卖到15元。”

A市果业中心陆主任介绍，苹果是A市广大农民增收致富的主导产业。经过不断探索实践，A市制定了《苹果标准综合体》等33个技术规范，大力推广无支架密植高效栽培为主要模式的18项主推技术，全面实施农药化肥“双减”行动，全市建成绿色、有机、良好农业等苹果种植基地192.5万亩，打造高质高效果园65个。三个县区实现了整县区绿色、良好农业规范认证。

【注意】

1. 段 1：“联合国粮农组织认定的苹果最佳优生区之一”为背景引入，可作开头。

2. 段 2：

- （1）“一分钱一分货”：说明苹果好。
- （2）“有机肥”：说明苹果没有农药化肥，绿色无污染。
- （3）“高标准”：说明高效栽培模式和精细化管理。

3. 段 3：“绿色”说明绿色无污染，核心是“绿色有机生产/绿色品质生产”。
体现“绿色、有机、品质、安全”类似表述都可以。

顶茂果业科技有限公司生产线上，智能光电分选机里，闪光灯闪烁，一个果子留下数十张“X光片”。外观、果型、色泽、糖酸比……数据实时分析，苹果按等级精准分流到16条通道。“过去拿圈套、靠眼看，如今大数据自动识别，每小时能分拣4吨果，卖到了全国380多座城市。”公司销售主管赵锋笑呵呵地说。在公司的冷链冷藏基地，赵主管介绍：“果子过去储地窖，现在住进智能化冷库，全程冷链以保证苹果的新鲜度。还可以错峰销售，能比一般行情价高出1块多，一亩相当于多种半亩树。”

长期以来苹果采摘后，分选、储藏、运输、销售等方面都是粗放式经营。2017年，A市创新提出全面推进“苹果产业后整理”战略的重大举措。“全市把建设智能选果线和冷气库作为推进苹果产业后整理的重要抓手，加大政策资金支持力度，加快推进产业转型升级。”陆主任说，“截至目前，全市90家龙头企业装备智能选果线105条，占全省的61.8%，小时选果能力355吨以上；3000吨以上冷气库企业54家，带动全市冷气库贮能从2016年的80.1万吨增加到158.8万吨，增长98.3%。A市苹果采后装备水平全省第一、全国领先。”

【注意】围绕“科技、智慧”展开。

1. 段 4：“冷链冷藏”“智能化冷库”说明智慧化，智慧科技保障，保证苹果新鲜。
2. 段 5：“智能选果线和冷气库”说明通过技术手段保证苹果新鲜，遥遥领先。

“清洗、削皮、高温烘焙，普通果变脆片，身价能涨近10倍。精深加工生产线上，苹果化身为苹果醋、苹果酒、苹果脆片等产品。”某农产品有限责任公司李总经理说。作为“市级农业产业化龙头企业”，公司以“高起点、高标准、严要求”定位，建成3000亩有机苹果种植基地。为了延长产业链，进一步提高苹果附加值，2018年，公司委托知名科研团队，研发出“果红”果汁饮料，年可消耗非商品苹果2000多吨，生产饮料500余吨，销售收入1200余万元。

“苹果世家”出身的赵勇，大学毕业后决定子承父业。2019年，他经过多方考察，立足家乡苹果优势区域，注册成立了赵掌柜农业发展有限公司，全面开展苹果收购、冷藏仓储、预选分级、加工包装、外贸出口、市场批发、电商平台等全产业链业务。赵勇说，**公司严格保持“赵掌柜”苹果的个性化特色**，即生产管理标准化、采前检测无残化、现代仓储智能化、冷链运输全程化、对标销售精准化、售后保证追溯化，力争每一个苹果都使消费者满意。坚持“诚信为本、品质为上”的发展理念，“赵掌柜”的品牌影响力与日俱增，获得“2021年度中国十大苹果品牌”等多个荣誉称号，入选中国苹果产业榜样**企业品牌**。

在推进苹果产业高质量发展进程中，A市加快构建**区域品牌+企业品牌**“体系”，2021年，7个苹果区域公用品牌、12个企业品牌入选年度中国苹果产业榜样品牌。建立线上线下融合发展的营销格局，在全国20个省、72个城市建设直销店359个。通过“南果北上、北果南下”产销对接活动，2021年，A市苹果在高端市场占有率达68%。

【注意】

1. 段 6：“加工生产线上”“产品”“研发出‘果红’果汁饮料”说明农业、农产品延伸链条精加工。
2. 段 7：举“赵勇”的例子说明农产品打造出品牌。
3. 段 8：“企业品牌”强调 A 市其他企业也入选了榜样品牌，有品牌就能卖得上好价钱。

从当厨师到拍视频，高阳村村民方永亮返乡创业，举起手机拍视频。苹果搭上了互联网，一年能销售几十万斤。电商、生态农业、休闲农业……苹果园长出新业态。认养果树，定期直播，成了农家新潮。“我们村不仅卖果子，还卖风景、卖体验，乡村振兴的产业链越拉越长。”高阳村驻村干部张光良说。目前A市有电商企业549家，各类网店、微店2.25万个，开展果树认养26.97万株，建成果游观光园区46个，年吸引游客170万人次。

【注意】

1. 段 9：讲述旅游体验，旅游观光，农旅融合。结尾写为“欢迎大家前来旅游”。
2. 总结：A 市苹果的好处：第一是农业绿色生产无污染，第二是延伸加工做

产品，第三是打造品牌，农旅融合。

段 1：又是一年丰收季，又见苹果压枝低。坐落在黄土高原上的 A 市南涧沟村大青山山顶的标准化果园像一个集市，前来采摘苹果的游客、拉运苹果的快递车辆往来不断。果园的主人老马热情地招呼着客人：“随便吃，满意了再买。咱这儿黄土松厚，日头照得久，树苗扎得深，枝条开得茂，果子结得甜，是联合国粮农组织认定的苹果最佳优生区之一，最适合种苹果。”

【解析】资料 3 第一段：

1. “又是一年……满意了再买”：背景，不做过多赘述。“A 市”为陕西（洛川苹果），有原文背景，可作为积累。
2. “咱这儿……种苹果”：说明 A 市南涧沟村是联合国认定的最佳优生区。
3. 资料 3 第一段梳理：开头。坐落在黄土高原上的 A 市，黄土松厚，日照充足，是联合国粮农组织认定的苹果最佳优生区。这里的苹果树，扎根深、枝条茂、果子甜。让我们一起走进 A 市，了解 A 市的苹果和苹果产业。

段 2：作为一名有着丰富经验的果农，老马始终坚信“一分钱一分货”。五年前他流转了村集体 72 亩平整的山地，建起高标准苹果示范园。“在市、区果业部门技术员的指导下，我家的新果园完全按照黄土高原无支架密植高效栽培模式精细化管理，全部使用有机肥。尽管成本大，但效益更高。过去苹果论堆卖，现在按个卖，每个苹果价格在 10 元以上，最高卖到 15 元。”

【解析】资料 3 第二段：

1. “作为……示范园”：“一分钱一分货”说明苹果好，品质高。“高标准”强调标准高，“高标准”具体体现在哪里，需要结合后文进行分析。
2. “在市……卖到 15 元”：
 - （1）“技术员的指导”：“高标准”体现在有技术员的指导。
 - （2）“有机肥”“无支架密植高效栽培模式精细化管理”：强调苹果是高品质、高标准，直接抄。
 - （3）“尽管……卖到 15 元”：说明效益高，不写“效益高”（老百姓会觉得卖的贵，反而不去买，所以不是宣传的要点），要写“一分钱一分货”。

3. 资料 3 第二段梳理：品质高。高标准种植、按无支架密植高效栽培模式精细化管理、使用有机肥。

段 3：A 市果业中心陆主任介绍，苹果是 A 市广大农民增收致富的主导产业。经过不断探索实践，A 市制定了《苹果标准综合体》等 33 个技术规范，大力推广无支架密植高效栽培为主要模式的 18 项主推技术，全面实施农药化肥“双减”行动，全市建成绿色、有机、良好农业等苹果种植基地 192.5 万亩，打造高质高效果园 65 个。三个县区实现了整县区绿色、良好农业规范认证。

【解析】资料 3 第三段：

1. “A 市……主导产业”：此处“农民的增收手段”不写，重点写对消费者的好处。

2. “经过……规范认证”：

（1）“经过……技术规范”：概括为“高标准/制定标准规范”。

（2）“大力推广……主推技术”：概括为“以无支架密植高效栽培为主”。

（3）“全面……行动”：强调不打农药、不打化肥，概括为“农药化肥双减/打有机肥”。

（4）“全市……规范认证”：“绿色、有机、良好”说明保障品质。如果材料没有出现“绿色、有机、良好”，但凡看到“农药不打化肥、有标准、有技术”就往“绿色、有机、良好”方向思考。

3. 资料 3 第三段梳理：有机种植，保障品质。依照高标准规范（建有高标准苹果示范园），应用无支架密植高效栽培等技术，精细管理，农药化肥“双减”，实现绿色、良好农业规范认证。

段 4：顶茂果业科技有限公司生产线上，智能光电分选机里，闪光灯闪烁，一个果子留下数十张“X 光片”。外观、果型、色泽、糖酸比……数据实时分析，苹果按等级精准分流到 16 条通道。“过去拿圈套、靠眼看，如今大数据自动识别，每小时能分拣 4 吨果，卖到了全国 380 多座城市。”//公司销售主管赵锋笑呵呵地说。在公司的冷链冷藏基地，赵主管介绍：“果子过去储地窖，现在住进智能化冷库，全程冷链以保证苹果的新鲜度。还可以错峰销售，能比一般行情价

高出 1 块多，一亩相当于多种半亩树。”

【解析】资料 3 第四段：

1. “顶茂果业……380 多座城市”：智能分选，数据分析，按等级精准选果，大数据自动识别。
2. “公司销售主管……多种半亩树”：智能化冷库，保障苹果新鲜度。
3. 资料 3 第四段梳理：关键信息。智能分选，数据分析，按等级精准选果。智能化冷库，保障苹果新鲜度。
4. 答疑：“还可以错峰销售……多种半亩树”不能和消费者说，利于消费者的内容可以说，省略，写出会占格。

段 5：长期以来苹果采摘后，分选、储藏、运输、销售等方面都是粗放式经营。2017 年，A 市创新提出全面推进“苹果产业后整理”战略的重大举措。“全市把建设智能选果线和冷气库作为推进苹果产业后整理的重要抓手，加大政策支持力度，加快推进产业转型升级。”陆主任说，“截至目前，全市 90 家龙头企业装备智能选果线 105 条，占全省的 61.8%，小时选果能力 355 吨以上；3000 吨以上冷气库企业 54 家，带动全市冷气库贮能从 2016 年的 80.1 万吨增加到 158.8 万吨，增长 98.3%。A 市苹果采后装备水平全省第一、全国领先。”

【解析】资料 3 第五段：

1. “长期以来……转型升级”：建设智能选果线和冷气库。
2. “陆主任说……全国领先”：冷气库全省第一、全国领先。
3. 资料 3 第五段梳理：智能选果，保鲜存放。智能光电机精准分果，品质稳定，智能化冷库存放，确保新鲜，苹果采后装备水平全国领先。

段 6：“清洗、削皮、高温烘焙，普通果变脆片，身价能涨近 10 倍。精深加工生产线上，苹果化身为苹果醋、苹果酒、苹果脆片等产品。”某农产品有限责任公司李总经理说。作为“市级农业产业化龙头企业”，公司以“高起点、高标准、严要求”定位，建成 3000 亩有机苹果种植基地。为了延长产业链，进一步提高苹果附加值，2018 年，公司委托知名科研团队，研发出“果红”果汁饮料，年可消耗非商品苹果 2000 多吨，生产饮料 500 余吨，销售收入 1200 余万元。

【解析】资料3第六段：

1. “清洗……苹果脆片等产品”：精深加工开发系列产品，精深加工、产品丰富。
2. “某农产品有限责任公司……苹果附加值”：“进一步提高苹果附加值”对老百姓没有好处，可以写出，后文对老百姓更重要。
3. “2018年……1200余万元”：市级龙头公司委托知名科研团队，研发“果红”果汁为代表的系列产品。
4. 资料3第六段梳理：精深加工、产品丰富。市级龙头公司委托知名科研团队，研发果汁、脆片等产品，延长产业链，附加值高。
5. 答疑：“脆片”可以省略，用“等”概括。

段7：“苹果世家”出身的赵勇，大学毕业后决定子承父业。2019年，他经过多方考察，立足家乡苹果优势区域，注册成立了赵掌柜农业发展有限公司，全面开展苹果收购、冷藏仓储、预选分级、加工包装、外贸出口、市场批发、电商平台等全产业链业务。赵勇说，公司严格保持“赵掌柜”苹果的个性化特色，即生产管理标准化、采前检测无残化、现代仓储智能化、冷链运输全程化、对标销售精准化、售后保证追溯化，力争每一个苹果都使消费者满意。坚持“诚信为本、品质为上”的发展理念，“赵掌柜”的品牌影响力与日俱增，获得“2021年度中国十大苹果品牌”等多个荣誉称号，入选中国苹果产业榜样企业品牌。

段8：在推进苹果产业高质量发展进程中，A市加快构建“区域品牌+企业品牌”体系，2021年，7个苹果区域公用品牌、12个企业品牌入选年度中国苹果产业榜样品牌。建立线上线下融合发展的营销格局，在全国20个省、72个城市建设直销店359个。通过“南果北上、北果南下”产销对接活动，2021年，A市苹果在高端市场占有率达68%。

【解析】资料3第七、八段：

1. “‘苹果世家’……消费者满意”：赵勇是例子，不能局限，全部写出字数较多，推广稿不是推广“赵掌柜”，“赵掌柜”是一个代表。
2. “坚持……榜样企业品牌”：通过赵掌柜给A市苹果产业写介绍稿。
3. “在推进苹果产业……榜样品牌”：区域品牌+企业品牌众多，已有7个

区域公用品牌、12 个企业品牌入选年度中国苹果产业榜样品牌。

4. “建立线上线下……占有率达 68%。”：线上线下全国直销店超 300 家，高端市场占有率近七成。

5. 资料 3 第七、八段梳理：品牌过硬，高端代表。区域品牌+企业品牌众多，已有 7 个区域公用品牌、12 个企业品牌入选年度中国苹果产业榜样品牌；线上线下全国直销店超 300 家，高端市场占有率近七成。

6. 答疑：可以写具体数字，因为是介绍。

段 9：从当厨师到拍视频，高阳村村民方永亮返乡创业，举起手机拍视频。苹果搭上了互联网，一年能销售几十万斤。电商、生态农业、休闲农业……苹果园长出新业态。认养果树，定期直播，成了农家新潮。“我们村不仅卖果子，还卖风景、卖体验，乡村振兴的产业链越拉越长。”高阳村驻村干部张光良说。目前 A 市有电商企业 549 家，各类网店、微店 2.25 万个，开展果树认养 26.97 万株，建成果游观光园区 46 个，年吸引游客 170 万人次。

【解析】资料 3 第九段：结尾两种写法，可以用材料内容作为结尾，也可以作为第五条要点写出，自行编写结尾。

1. “从当厨师到拍视频……长出新业态”：苹果有新业态。

2. “认养果树……170 万人次”：

（1）苹果产业园研发多种新业态，不仅能采摘果子，还能体验风景，感受文化，现已全面铺开网店微店上万个，果树认养二十余万株，建成果游观光园区 46 个，欢迎各位游客的到来。

（2）也可以写在第五条要点，苹果既有新业态，又能体验旅游观光。

3. 资料 3 第九段梳理：结尾：A 市果子优，风景美、体验强。现已全面铺开网店微店上万个，果树认养二十余万株，建成果游观光园区 46 个，欢迎广大消费者品 A 市苹果，赏果园美景。

4. 答疑：可以作为单独要点写出，补充呼吁号召即可。

考场列提纲

开头：介绍

夸：（种植）绿色有机

夸：（采后）精选新鲜

夸：（加工）精深加工

夸：（营销）品牌过硬

结尾：呼吁

【注意】

1. 开头：A 市，黄土松厚，日照充足，是联合国粮农组织认定的苹果最佳优生区。
2. 主体：绿色种植好、智慧选果好、精深加工好、品牌实力过硬。
3. 结尾：旅游观光，前来品果吧。
4. 答疑：总括词字数可以不同。

【参考答案】

A 市苹果——黄土高原的瑰宝

坐落在黄土高原上的 A 市，黄土松厚，日照充足，是联合国粮农组织认定的苹果最佳优生区。这里的苹果树，扎根深、枝条茂、果子甜。让我们一起走进 A 市，了解 A 市的苹果和苹果产业。

一、有机种植，保障品质。依照高标准规范，应用无支架密植高效栽培等技术，精细管理、农药化肥“双减”，实现绿色、良好农业规范认证。

二、智能选果，保鲜存放。智能光电机精准分果，品质稳定，智能化冷库存放，确保新鲜，苹果采后装备水平全国领先。

三、精深加工、产品丰富。市级龙头公司委托知名科研团队，研发果汁、脆片等产品。

四、品牌过硬，高端代表。区域品牌+企业品牌众多，已有 7 个区域公用品牌、12 个企业品牌选入选年度中国苹果产业榜样品牌；线上线下全国直销店超 300 家，高端市场占有率近七成。

A 市果子优，风景美、体验强。现已全面铺开网店微店上万个，果树认养二十余万株，建成果游观光园区 46 个，欢迎广大消费者品 A 市苹果，赏果园美景。

（399 字，占格 500 字）

A市苹果——黄土高原的瑰宝

坐落在黄土高原上的A市，黄土松厚，日照充足，是联合国粮农组织认定的苹果最佳优生区。这里的苹果树，扎根深、枝条茂、果子甜。让我们一起走进A市，了解A市的苹果和苹果产业。

一、科学种植，保障品质。依照高标准规范，应用无支架密植高效栽培等技术，精细管理、农药化肥“双减”实现绿色、良好农业规范认证。

二、智能选果，保鲜存放。智能光电机精准分果，品质稳定，智能化冷库存放，确保新鲜，苹果采后装备水平全国领先。

三、精深加工、产品丰富。市级龙头公司委托知名科研团队，研发果汁、脆片等产品。

四、品牌过硬，高端代表。区域品牌+企业品牌众多。已有7个区域公用品牌、12个企业品牌入选年度中国苹果产业榜样品牌；线上线下全国直销店超300家，高端市场占有率近七成。

A市果子优，风景美、体验强。现已全面铺开网店微店上万个，果树认养二十余万株，建成果游观光园区46个。欢迎广大消费者品A市苹果，赏果园美景。

【解析】

1. 标题可以写为 A 市苹果变成“金疙瘩”。
2. 答疑：
 - (1) 视频讲解词的标题不能过于生硬，可以写为 A 市苹果欢迎您的赏析。
 - (2) 农旅可以作为第五个要点单独写出，自行补充结尾即可。
 - (3) 破折号占两个格书写。
3. 主体部分可以龙摆尾书写。
4. 复盘：通过以前大量刷题得到的经验，以及总结的答题技巧，上节课讲解对策，比如软件、硬件，多主体、多部门，课后可以把柠檬、猕猴桃、桑蚕镇、苹果例题的答案放在一起，会有高频词，比如农业中最核心的要点是品质、绿色、无公害、无污染、生态有机、技术环保，农业之后是延伸产业链条，关于加工销

售，销量多、价格好，最终一定是旅游，最后可能是单一题、公文题，写出要点即可，只是更换语文状态。

5. 答疑：按照一级标题、二级标题写提纲即可。

宣传类公文写作框架

标题	
主送或称呼：	
开头： 介绍情况（背景、根据等）	
主体： 劝服（通常为问题、危害、意义等）或者传播某种知识、理念	
结尾： 呼吁号召	
落款： 发文机关 XXXX年XX月XX日	

【注意】

1. 标题：尽量用呼吁宣传式标题，生动，包含主题词。

2. 开头：背景，材料中给什么抄什么。

3. 主体：

（1）劝服为主，要写好处，加入合作社/社团/总工会/党办的好处，好处多多。

（2）如果是传播特定知识内容，让传播什么就写什么，2024 年考过共享法庭的建设情况，围绕法院介绍，这是还原材料。

4. 结尾：必须写，占 2-4 分，比如“啊、呢、吧、了”，让我们一起加入总工会吧。

04 评论类

4. 评论类

（1）行文目的。

评论类公文的目的的是对某些现象或观点进行评价。

（2）典型的评论类公文。

时评、评论文等

【注意】

1. 评论类：给观点/现象写短评、评价，方案类是披着公文外衣的单一题，评论类是披着公文外衣的观点现象分析题，观点现象分析题不考是因为国考出题人放在公文题考查。

2. 判断：写时评、社评、网评，带“评”都是评论类。

(3) 评论类公文写作框架。

标题
开头：介绍评论对象（含义、表现等）+ 表明观点
主体：评析论证（根据题干倾向确定内容，结合资料丰富完善）
结尾：对策、升华等

（备注：评论类公文的标题一般不按照“发文机关+‘关于’+事由+‘的’+文种”的格式来写，也不重视文种的表达，而重视观点的体现。例如：告别“跟风” 走向成熟。）

【注意】

1. 格式：

(1) 只有标题，比如《人民日报》网评员文章、《新华社报》评论员文章，网评、时评、短评像是出现在报纸上，《新华社报》只有标题。短评下面写评论员 XXX，如果学过新闻学，能够得知不是落款，是署名权，证明报社、评论员有版权，不是落款，要记忆此类格式，只有标题，像是写大作文，没有称呼、落款。

(2) 标题：不侧重对文种的标题，希望读者通过标题一眼知道评论观点，只能写为大作文式的标题，比如告别“跟风”，走向成熟。

2. 95%的短评一般给定标题，都是“以……为题”写一则短评，如果题干给定标题，可以直接运用。

3. 内容：是什么、为什么、怎么办。

(1) 开头：要交代是什么，评论对象是什么，介绍什么，像是解释，比如人情异变、博爱馆，然后写态度、观点，是材料中的原文、原词。

(2) 主体：论证为什么，为什么论证好/坏，给出理由证明，用论证和表态对照，对应不上则表态错误。

(3) 结尾：怎么办，对策为主，但是评论类公文是小作文，如果材料中出现成总结升华，给出呼吁号召结尾可以抄材料，结尾必须有，评论员文章有头有尾，材料中没有要自行编写。

资料 6 中介绍了 M 公司的发展案例。假如你是某经济日报的记者，请就 M 公司的“成功之道”写一篇短评。（30 分）

精益求精方是成功之道	自主研发，不断创新。自主设计铁芯自动化专业生产
M 公司主要研发、生产和销售交流接触器的铁芯。虽	流水线，并且在生产中边做边改，把生产中的部分环节替
成立时间短，但产品质量好、发展速度快。它现已成为行	换成机械手。企业投入巨资添置生产设备，还自主研发相
业领头羊，被称为这个领域的隐形冠军。M 公司的成功主	关模具以提高生产效率。
要依靠其精益求精的追求，值得我们学习，也同样值得我	抓先机、提效率、敢创新、高站位是 M 公司成功的内
们剖析后为我所用。	在驱动，政府推进“专精特新”发展的政策环境则是做大
瞄准市场，率先行动。在细分领域，早前市场呈现空	做强的外在支撑。我们向 M 公司学习的同时，也要抓住政
白状态，M 公司瞄准并提早介入，取得先发优势。	策的风口，积极作为，共同推进浙江经济转型升级！
改进技术，质量精良。不断提高自动化程度，降低成	
本，保证产品的生产效率。每个工艺环节都追求技术改进，	
以满足产品对精度、硬度的严格要求。	

【注意】

1. 国考、联考都会出现短评类，有时题干会给出信息、线索，题干隐藏评论对象、评论倾向，与作文类似。

2. 审题：看到“评”，是评论类公文。

(1) 评论对象：M 公司。

(2) 倾向态度：公司成功，是积极的。

(3) “成功之道”是 M 公司成功的方法、方式、经验，申论是剖析题干、领导意图。

3. 标题：精益求精方是成功之道，直击重点。

4. “M 公司……隐形冠军”：M 公司的定义介绍，是什么。

5. “M 公司……为我所用”：态度。

6. “瞄准市场……提高生产效率”：成功方法。

7. “抓先机……转型升级”：呼吁、拔高、总结，像是作文的结尾。

8. 短评类似于小作文，作文不允许标注序号，下节课会讲解，直接写成观点的形式。

9. 答疑：可以龙摆尾写出，但阅卷老师看不清楚，建议分段。

例：2021 国考副省级请你根据“给定资料 4”，为《江城日报》即将发表的这篇报道写一则短评。（20 分）

要求：

- （1）观点明确，简明深刻；
- （2）紧扣资料，重点突出；
- （3）有逻辑性，语言流畅；
- （4）不超过 500 字。

【解析】

- 1. 一则短评，为评论类公文。
- 2. 语言：语言流畅、通顺。
- 3. 格式：

（1）只有标题，像是大作文的标题，要知道评论对象是谁，本题的评论对象是报道中的事情，当年很多省份都学习国考，都是报道写短评，评论文章中报道描述的事件。

（2）讲解博爱馆的事情，主题词包含博爱馆。

4. 内容：

- （1）开头：介绍博爱馆。
- （2）主体：博爱馆好在哪。
- （3）结尾：点题升华。

5. 不超过 500 字，与小作文没有区别。

6. 答疑：不写序号，只是写好在哪。

段 1：以下是《江城日报》即将发表的一篇报道：

段 2：在江城博物馆，有一个专门为视障人士等特殊群体设计的博爱馆。原材料同比例复制的文物，可以操作体验的展品、首部用于视障和行走障碍观众的全自动导览车……

【解析】资料 4 第一、二段：

1. “以下是……博爱馆”：下定义，介绍博爱馆是什么，在江城博物馆，有一个专门为视障人士等特殊群体设计的博爱馆。
2. “原材料……自动导览车”：例子展开可以省略，后文会重复出现。
3. 资料 4 第一、二段梳理：介绍：（开头）在江城博物馆，有一个专门为视障人士等特殊群体设计的博爱馆。

段 3：“除了桌子上、扶手上可以触摸到的盲文之外，我印象比较深的展品，有设计精巧的铜牛灯、长着翅膀的青瓷羊，还有脖子上戴着项圈的金兽。”去年 11 月，江城市盲人学校组织师生到博物院参观。虽然时间已经过去了近一年，但高二学生孙飞还记得来这里参观的感受。在孙飞的印象中，博物院的镇馆之宝之一——汉代铜牛灯，展品不仅摸起来感觉造型独特，而且还可以拆卸、旋转，更有一根长长的管子来搜集点燃油脂后产生的烟雾，形成闭环系统。他很兴奋：“这个设计在古代是‘高科技环保型’的，我们都很惊奇。”在铜牛灯仿制品前，学生们亲手触摸的同时，语音播放器也被触发，开始播放展品的介绍，而旁边的“盲文点显器”则可以介绍这件文物的历史背景，构造功能等信息，该校尹老师说：“此前也去过其他博物馆，由于缺乏有针对性的介绍，同学们感觉索然无味。但一到博爱馆，大家就对这种可听、可摸、可操作的参观体验兴趣十足。（未完）

【解析】资料 4 第三段：

1. “除了桌子上……戴着项圈的金兽”：印象深刻，可以触摸，不会概括可以抄材料，选取展品造型独特、设计精巧。
2. “去年 11 月……我们都很惊奇”：铜牛灯的展开说明，省略。
3. “在铜牛灯仿制品前……构造功能等信息”：“同时”是并列关联词，参观者可亲手触摸仿制品，还配有盲文点显器和语音播放器。
4. “该校尹老师说……兴趣十足”：尹老师作总结，提供针对性介绍，实现可听、可摸、可操作，参观体验兴趣十足。
5. 资料 4 第三段梳理：评价：参观体验上注重趣味性。选取展品（铜牛灯、青瓷羊、金兽等展品）造型独特、设计精巧，参观者可亲手触摸仿制品，还配有盲文点显器和语音播放器，提供针对性介绍，实现可听、可摸、可操作。

段 3：专设这个博爱馆，特殊群体可以有尊严、自主地参观展览，说明文化为民理念逐步辐射到不同人群，起了很好的示范作用。”

【解析】资料 4 第三段：

1. “专设这个博爱馆……示范作用”：

（1）不是具体的某一个展品，可以放在开头，可以让特殊群体有尊严、自主参观，体现了文化为民的理念，起到了很好的示范作用。

（2）也可以放在结尾，能够让阅卷老师读懂则给分。

2. 资料 4 第三段梳理：观点：可以让特殊群体有尊严、自主参观，体现了文化为民的理念，起到了很好的示范作用。

段 4：在展厅的不同区域，展品类型，现场布置，光线明暗等均有所不同，在弱视区和怕光区，展品以书画为主，观众可以扶着护栏，贴近细看。当有人经过书画前，语音讲解就会自动播放，每幅画还有一小段盲文介绍。在全盲区，展品则以造型类文物仿制品为主，观众在触摸展品时，也能同步听到讲解词。

【解析】资料 4 第四段：

1. “在展厅的不同区域……有所不同”：不同区域有不同设计，可以概括为差异性、针对性强。

2. “在弱视区和怕光区……盲文介绍”：弱视区与怕光区，以书画为主，可贴近细看，配有语音讲解、盲文介绍。

3. “在全盲区……听到讲解词”：全盲区，以造型文物仿品为主，可触摸并同步听到讲解。

4. 资料 4 第四段梳理：评价：展厅区域设置体现差异性。弱视区与怕光区，以书画为主，可贴近细看，配有语音讲解、盲文介绍；全盲区，以造型文物仿品为主，可触摸并同步听到讲解。

段 5：江城博物院藏有 60 余万件文物，博爱馆展厅中展示了其中按照 1：1 的比例、以真实材料复制的 40 多件展品。为何选中这 40 多件？博物院信息部主任说，考虑到不同年龄层次、知识背景、兴趣爱好的观众需求，博物院从不同门类、不同材质的馆藏珍品中反复比较，经过多轮筛选和残障志愿者的测试，最

终保留下他们印象最深刻、最喜爱的展品，设计出一个特殊的综合展览。“我们不以珍贵程度作为首要因素，更重要的是要让特殊人群方便解读。”（未完）

【解析】资料 4 第五段（上）：

1. “江城博物院……综合展览”：

（1）开头引入话题，接下来的话题会围绕这个事情展开说，保留观众印象最深刻、最喜爱的展品。

（2）以人为本的核心概念不变，是国策，看到突出人重要就是以人为本。

2. “我们不以珍贵程度……方便解读”：方便特殊人群解读。

……策展人李婧进一步解释，展品不仅要代表江城博物院深厚的文化底蕴，也要与现代生活有关联、能想象、可互动。（对于书画类展品，需要轮廓形态清楚、色彩对比强烈、故事性相对突出，让弱视群体方便观看且有代入感。对于造型类展品，造型上要有特点、纹饰要清晰、用途要体现实用性。）在制作中，没有使用成本较低的 3D 打印，而是采用与文物相同材质的复制品，从而保证获得原材质的触感，“要让手指的叩击声也保持一致”。

【解析】资料 4 第五段（下）：

1. “策展人李婧……可互动”：展品既要体现文化底蕴，也要与现代生活有关联、能想象、可互动。看似是评论类文章，但还是阅读理解题。

2. “对于书画类展品……体现实用性”：例子，省略。

3. “在制作中……保持一致”：原材料复制，保留触感，还原度高。

4. 资料 4 第五段梳理：评价：展品选择上关注观众需求。保留观众印象最深刻、最喜爱的展品，方便特殊人群解读；展品既要体现文化底蕴，也要与现代生活有关联、能想象、可互动，原材料复制，保留触感。

段 6：不仅如此，博爱馆在设计理念方面还体现出许多贴心的细节。位置选择上，博爱馆位于一层，避开人群拥挤的主入口，降低了声音对信息获得的干扰。采光上，展馆采用玻璃顶，并安装了多个射灯，光线更通透明亮，可满足弱视群体需要。在馆内，盲道铺设的路线规划更加清晰。高低两层扶手上的盲文，在介绍产品的同时兼具引导功能。此外，江城博物院还研制了全国博物馆中首部用视

障和行走障碍观众的全自动导览车。车载计算机控制车辆前边的路径和展示点，可前行、倒退、拐弯、避让，到达展示点后自动触发感应装置，播放产品的讲解语音。

【解析】资料 4 第六段：

1. “不仅如此……贴心的细节”：场馆设计上注重细节，贴心周到。
2. “位置选择上……干扰”：位置选择一层，避开人群，降低声音干扰。
3. “采光上……需要”：采光好，采用玻璃顶、射灯，光线通透。
4. “在馆内……全自动导览车”：出现“第一、首个”要写出，馆内盲道、盲文、国内首部全自动导览车配备完善。
5. “车载计算机……讲解语音”：省略。
6. 资料 4 第六段梳理：评价：场馆设计上注重细节，贴心周到。位置选择一层，避开人群，降低声音干扰；采用玻璃顶、射灯，光线通透；馆内盲道、盲文、国内首部全自动导览车配备完善。
7. 答疑：书画造型论证的观点是有关联、能想象、可互动，已经写过，不需要反复书写。

段 7：博物院不断深化服务意识，建立了意见反馈机制，认真听取参观者的建议并积极加以改善。//博物院馆藏的“金兽”是国宝级文物，模样似虎类豹像狮，究竟是什么动物至今没有结论。几位视障学生对如何通过触摸理解“金兽”讲出了自己的困惑：“语音讲解上说，这个猛兽很温顺，该怎么理解呢？”这使李婧意识到，尽管采纳了很多专业建议，但依然存在“用明眼人的视角来办无障碍展览”的问题。经过对意见的研判和进一步调整设计策划，在介绍猛兽的温顺时，针对听障观众，扫描二维码可观看手语讲解视频。针对视障观众，除语音讲解和盲文介绍外，提示观众可以摸一下脖颈上的项圈，告诉他们这是被驯养的动物。

【解析】资料 4 第七段：

1. “博物院……加以改善”：深化服务意识，建立意见反馈机制。
2. “博物院馆藏……问题”：例子不需要写，用来证明服务意识高。
3. “经过对意见……动物”：听取研判建议，调整设计策划。

4. 资料4第七段梳理：评价：深化服务意识，持续改善服务。建立意见反馈机制，听取研判建议，调整设计策划。

段8：李婧说：“要改变以视觉为中心的参观感受，带给观众更丰富的感官体验，工作上还应当有更多更细致的换位思考，虽然要求高了，但能看到孩子们纯真的笑脸，我也感到很开心。”

【解析】资料4第八段：

1. “李婧说……我也感到很开心”：结尾升华总结可以摘抄，博爱馆，改变参观感受，丰富感官体验，未来还将继续换位思考，致力于给特殊人群带去快乐。

2. 资料4第八段梳理：结尾：博爱馆，改变参观感受，丰富感官体验，未来还将继续换位思考，致力于给特殊人群带去快乐。

【参考答案】

博爱馆，爱在“文化为民”

在江城博物馆，有一个专门为视障人士等特殊群体设计的博爱馆。可以让特殊群体有尊严、自主参观，体现了文化为民的理念，起到了很好的示范作用。

参观体验上注重趣味性。选取展品造型独特、设计精巧，参观者可亲手触摸仿制品，还配有盲文点显器和语音播放器，提供针对性介绍，实现可听、可摸、可操作。

展厅区域设置体现差异性。弱视区与怕光区，以书画为主，可贴近细看，配有语音讲解、盲文介绍；全盲区，以造型文物仿品为主，可触摸并同步听到讲解。

展品选择上关注观众需求。保留观众印象最深刻最喜爱的展品，方便特殊人群解读；展品既体现文化底蕴，也与现代生活有关联能想象可互动，原材质复制，保留触感。

场馆设计上注重细节，贴心周到。位置选择一层，避开人群，降低声音干扰；采用玻璃顶、射灯，光线通透；馆内盲道、盲文、国内首部全自动导览车配备完善。

深化服务意识，持续改善服务。建立意见反馈机制，听取研判建议，调整设计策划。博爱馆，改变参观感受，丰富感官体验，未来还将继续换位思考，致力

于给特殊人群带去快乐。（446 字）

博爱馆，爱在“文化为民”

在江城博物馆，有一个专门为视障人士等特殊群体设计的博爱馆。可以让特殊群体有尊严、自主参观，体现了文化为民的理念，起到了很好的示范作用。

参观体验上注重趣味性。选取展品造型独特、设计精巧，参观者可亲手触摸仿制品，还配有盲文点显器和语音语音播放器，提供针对性介绍，实现可听、可摸、可操作。

展厅区域设置体现差异性。弱视区与怕光区，以书画为主，可贴近细看，配有语音讲解、盲文介绍；全盲区，以造型文物仿品为主，可触摸并同步听到讲解。

展品选择上关注观众需求。保留观众印象最深刻最喜爱的展品，方便特殊人群解读；展品既体现文化底蕴，也与现代生活有关联能想象可互动，原材质复制，保留触感。

场馆设计上注重细节，贴心周到。位置选择一层，避开人群，降低声音干扰；采用玻璃顶、射灯，光线通透；馆内盲道、盲文、国内首部全自动导览车配备完善。

深化服务意识，持续改善服务。建立意见反馈机制，听取研判建议，调整设计策划。

博爱馆，改变参观感受，丰富感官体验，未来还将继续换位思考，致力于给特殊人群带去快乐。

【解析】

1. 标题：可以写为“博爱馆，文化为民新理念”，写出类似标题即可。
2. 标题居中书写，不要写序号，尽量一条要点一段，要写成作文的形式，要分段书写，阅卷老师看得更清楚、更明白。

总结一下

方案类：提出对策

总结类：经验总结

宣传类：劝服宣传

评论类：观点现象

【注意】

1. 今年考场上的公文没有特殊形式，披着单一题的外壳，记忆格式即可，中间抄材料，原封不动缩写材料分数最高。

2. 方案类：如果提出方案，遇到难题，给上级部门写建议书，主体写对策，结尾可有可无。

3. 总结类：总结 L 海关于得好的事情，直接抄材料，不需要推导。

4. 宣传类：劝服为主，加入合作社，中间说好的内容。宣传某种知识，把知识说出去。

5. 评论类：是什么、为什么、怎么办，结尾总结升华。

出门考

问题 1：

宣传类公文的命题方向（多选题）

A. 劝服加入 B. 传播知识 C. 提出对策

问题 2：

宣传类公文是否必须要写结尾？（单选题）

A. 必须 B. 非必须

问题 3：

评论类公文的格式？（单选题）

A. 标题 B. 称谓 C. 落款

【注意】

1. 问题 1：选 A、B，宣传类公文中对策不是重点。

2. 问题 2：选 A，必须有结尾。

3. 问题 3：选 A，评论类公文只有格式分。

4. 下节课讲解作文，不需要写完整的作文，勾画材料，列出提纲即可。

遇见不一样的自己

Be your better self