

2017年广东省公务员考试申论（乡镇）

问题一：假如你是调研小组的一员，请根据材料1，指出A镇电商产业园发展中存在的主要问题。（30分）

要求：归纳全面、准确；条理清楚；语言流畅；篇幅不超过300字。

问题二：请根据材料2，分析说明B镇推动菠萝产业发展的成功经验。（30分）

要求：分析全面，说明透彻；条理清晰，表达准确；篇幅不超过300字。

问题三：请根据材料3，就破解C镇休闲旅游发展难题提出对策。（40分）

要求：考虑全面，思路清晰；针对性强，有效可行；篇幅不超过600字。

给定资料

材料1：

A镇是某县的中心镇，也是农海产品大镇。2015年，该镇立足资源优势，在县财政的支持下，投入80多万元，率先在全县建成了电商产业园，旨在推动农海产品由传统销售模式向线上销售模式转型。产业园面积约1500平方米，可供80多家创业企业进驻，集办公、产品展示、洽谈等功能于一体，并向入园创业者提供免收租金、免息贷款、免费培训等多项优惠扶持政策。

自产业园挂牌运营以来，已有入园商户53家，入园创业人数达160多人，有相当一部分是大学毕业生回乡创业。园区商家主要经营农产品、海产品、服装等。一时间，该产业园成为县里推进“互联网+”，促进产业转型发展的一张鲜亮名片。

可是，不到一年时间，近一半商户纷纷选择了退园，产业园变得冷冷清清。针对这种情况，镇里成立了调研小组，专题调研电商产业园存在的问题。调研小组组织召开了创业商户代表座谈会。座谈会上，大家踊跃发言，提出了很多宝贵意见。下面是与会代表的基本情况和发言记录：

郑丹是入园较早的创业青年，主要经营化妆品，她将互联网巧妙地与实体店结合起来，实现了线上与线下联动经营。她说：“平时在产业园内，我们大家都是自己干自己的，交流比较少，如果有电子商务协会之类的信息交流共享平台，就可以学到更多的经营好经验，产

品可以卖得更好。”

王海从事过多个行业，积累了一定资金，近日返乡创业，刚加入产业园不久，主要销售当地农海产品。他说：“郑丹的意见很好，经验共享对我们这种刚入行的新手帮助很大。还有，当初入园时产业园承诺的免息贷款和财政补贴等事情，到现在还没落实，这也很打击我们的积极性。”

香姐是镇里有名的女强人，也是种植大户、流通大户。应镇领导的极力邀请，她尝试着把农产品搬到网上卖。可是，线上销路迟迟打不开。现在，她都很少到产业园去了，只留了一名工作人员在那里负责主打产品的展示，方便客商过来考察、洽谈合作事宜。香姐说：“我自己一点都不懂电脑，都是请人来帮我做网上销售，如果不投钱推广，产品就卖不出去，还不如我的老办法实在，和那些老客户打电话联系一下，东西就卖出去了。还有，镇里的年轻人大都外出打工了，留下的都是老人和小孩，没有人来搞电商产业了，让老人和小孩来做也不现实，只能在外面请专业人才。但专业人才一个是不好找，找到好一点的很难，另一个是不容易请，高工资我们给不起，待遇低人家又不肯来。”

小丽学的是服装设计专业，之前在产业园做服装网络销售，现在已经退出产业园到县城开实体店了。小丽说：“香姐说的都是事实，专业的事，还是得由专业人才来做才行。做电子商务不仅要有货真价实的产品，还要懂网店美工、产品摄影、产品推介、促销活动策划等，需要具备一定的网络操作技能。有些东西我自己现在还学不来，加上身边没有这方面的人才，所以就暂时退出了，先开好实体店，慢慢积累经验。另外，除了引进人才，产业园也要想办法多引导年轻人回来，进入我们的产业园才行，没有人力，就没有后续的发展。”

李华继去年刚毕业，学的是市场营销专业，一开始就借助农产品合作社，多渠道销售本地农产品，事业已经上了轨道。最近他又成立公司，通过深加工方式开发了一系列特色农产品，现在每天订单达 100 多单，平均每月纯收入 7 万多元，成为当地最年轻的成功电商之一。“产业园提供了充足的条件，还主动协助创业者办理工商营业执照、食品经营许可证等，大家提着电脑入园就可以做生意了，这点确实值得点赞。”他认为，“产业园要多层面发力，让大家安心创业、创出好业。”

郑丹说：“说到这里，我想补充一点，我参加过我们产业园组织的几次电商专业培训，授课老师讲的内容几乎没怎么变过，讲来讲去都是开店前准备工作、开店流程、店铺初级运营基础等内容，而我最需要掌握的品牌推广、营销体系建构等知识就没有提供，现在都懒得去参加了。培训要有针对性才行，对不同的人，要有不同的培训。”

陈明仕学的是养殖类专业，家里也是做海产品养殖的，毕业以后他就回家接手家里的生意，生意做得不错。产业园建成后，他也注册了公司，在网上卖起了海产品。可是，销售一直不景气，目前正在考虑转型。陈明仕说：“单纯卖海产品，附加值本来就低，加上产业园配套的都是小物流公司，时效性差，导致物流成本很高，生意不好做。我准备建厂深加工海产品，开发特供小食、特色礼品、海鲜精品等产品，打造特色品牌，然后在互联网上销售。”

李华继说：“关于品牌这点，我深有体会，我们的商品，普遍为原始产品，或为初加工产品，技术含量低，附加值也低，基本处于产业链的低端，加上缺乏品牌意识，市场竞争力不强。产业园还是得引导大家树立起自己的品牌才行。”

王海也说：“是的，没有品牌就没有市场竞争力，产品的价值自然也高不到哪里去。我也有计划注册一个品牌，通过深加工农产品，提高附加值，希望大家有合作的机会，让我们镇农海产品走出去，卖向全中国。”

陈明仕说：“市场竞争是残酷的，我觉得华继和王海说得很对，想要立足市场，就得打响自己的品牌才行。我还想补充一点，现在我们的生活水平都提高了，大家对产品质量安全要求都很高，除了我刚刚提到的问题外，产业园也要加强对产品质量安全的监控，保证商品质量，让我们产业园卖出去的每一样东西都是让顾客放心和满意的。”

材料 2:

B 镇的菠萝以体大、质优、肉脆、味甜、香气浓郁而闻名，菠萝成为该镇产业发展的主要经济支柱。近几年，镇里每年都举办“菠萝文化节”，菠萝的知名度进一步扩大，来参观旅游的人逐年增多。村民种植菠萝的积极性更高了，相继扩大了种植面积，产量和销量也跟着上来了。种植大户刘强表示：“举办菠萝文化节，确实促进了菠萝的销售，带动了农民致富，希望菠萝文化节越办越好，再创辉煌，让我们的菠萝走向国门。”

最近正是菠萝收获季节。村民老刘一大早就开着拖拉机，拉了 3000 斤菠萝来到镇上的菠萝交易市场，这是他第四天出来卖菠萝了。谈价、卸货、装车，忙个不停，数着新到手的一沓沓钞票，老刘的心里乐开了花：“以前客商都是直接把车开到菠萝地里去收购装车的，人家去的地方一定是种植大户的地头，因为一片地就能装满一车，不用到处辗转折腾。种植小户只能是凑数装车，客商不愿意来，菠萝就很难卖出好价钱。现在好了，收获后就直接拉到交易市场，价格高，也容易卖。”

老刘从 2002 年就开始种植菠萝，种植规模从原来的 10 多亩，慢慢发展到了现在的 40

多亩，菠萝市场的建成直接帮助他提高了收入：“市场开张后，菠萝卖出去的价格提高了。以前，碰到菠萝丰收季节，老板都不搭理小农户，不愿意到园地收购，2、3毛一斤扔在地里都没人要，小农户都亏本了。现在有了交易市场，就算行情不好，我们小户也容易凑成车卖出去，销路有保证。”

该镇魏主任说：“我们的菠萝名声在外，很受市场欢迎，就想到建一个市场对群众比较有利，能让客商到市场集中收购，也方便农民销售，推动了菠萝整体进入市场。谁都可以来这里卖，数量少的也可以拉来卖，这样小生产与大市场就有效对接上来了，解决了以往菠萝交易纠纷多等问题。”

菠萝产量上来了，就得扩宽销路。黄岗村村主任吴杰介绍，村里有14000多人口，总耕地面积将近7000亩，菠萝种植面积达到了4000多亩。现在整个村90%以上的农户都有种植菠萝，主要经济来源就是菠萝。“以往每到收获季节，地里成片都是菠萝。”村主任吴杰说，“怎么把菠萝卖出去，是村民最头疼的事。”

为解决菠萝的销路问题，镇里建了农产品电商交易创业平台，鼓励青年人通过互联网创业，在互联网上将菠萝卖出去。小邢是返乡创业的年轻人。2014年，他大学毕业后放弃了在大城市发展的机会，回到家乡和村民一起发展菠萝产业。

“以前听到父母说家里菠萝难卖，心里就难受，那时我就寻思着回家创业，在网上寻找买家。心想，在本地卖不出去，就到外地卖；在中国卖不出去，那就找外国人卖去。”小邢说道。农产品电商交易平台建成后，坚定了小邢通过互联网寻找买家的决心。他成为当地电商交易平台第一批入驻的创业者。想不到，经过一个月的努力，真的有外国人找上门来了。最后，自家以及亲朋好友的菠萝全都卖掉了，而且是以比较高的价钱卖给了外国人。靠着互联网，菠萝走得更远了。聪明勤奋的小邢也成为了村里的骄傲。现在小邢坐在家就可以把菠萝卖到全国各地。

“赶上互联网时代确实是我的幸运。”谈起自己的创业经历，小邢感慨地说，“没有现代的电子商务平台，就没有我创业的第一桶金。”

创业成功的小邢又打起了新品种开发的主意，他试种了3万株新菠萝种苗。这种菠萝口感好，汁多，肉脆，抗病和抗逆性强，常温下贮藏期长达2周，低温条件下贮藏可达20天以上。小邢表示：“我们现在具备了稳定、成熟的种植和育苗技术，预计一年可育苗200万株，并逐年增长。这种菠萝质量好，得到了农业部的认可，也注册了品牌。现在我们最缺乏的是资金。”

村里像小邢这样有心开发新品种，却缺乏资金的村民还有不少。新品种开发前期投入大，风险高，很多农户因为资金和风险问题都不愿意开发新品种。为组织当地农户抱团发展，降低新品种开发的风险，B镇鼓励村民成立农产品农民专业合作社。

连姐是农产品农民专业合作社的带头人，她发起成立的合作社户数已经发展到了200多户，股金也从20多万增加到5000多万。合作社为村民提供资金帮扶，村民有了合作社的支持，开发新品种的积极性提高了。优良的新品种保证了菠萝质量，提高了菠萝产量，推动了菠萝产业的良性发展。

农产品农民专业合作社董事长说：“我们办合作社，主要是为了解决村民开发新品种的资金问题，继续打造和打响菠萝品牌，把菠萝产业做大做强。同时，帮助解决群众就业问题。”合作社成立后，从附近农村招收了1000多人，附近农村富余劳动力不用出远门就能轻轻松松就业，待遇也不错。

合作社员工小林说：“自合作社创办以来，我就到社里工作了，不用到外地打工，在这里，每月工资3000左右，解决了家里的生活问题，比到外面打工好多了。”

吴如意是当地的菠萝大户，她刚参加了镇里组织的种植大户国外考察活动。一从国外考察回来，她就琢磨着怎么将从国外学到的先进技术应用到菠萝生产中去，学以致用，“到外国去看了，才知道我们跟人家的差异。在加工业方面，人家的技术、设备先进，所以目前最好就是做好招商引资工作，扶持和培育加工业，筹集资金引进一批先进技术设备。”

她投资500多万建成了菠萝罐头加工厂，另外承包了3000多亩土地种植菠萝保障原料供应，成为当地有名的菠萝深加工巨头。目前，她的菠萝罐头厂年产罐头3000多吨，年收入达到700多万。

为鼓励当地推行菠萝加工业的发展模式，B镇特地组织了种植大户到国外考察学习，引导种植大户引进先进设备提高农产品加工转化率和附加值。“菠萝罐头厂的成功就是延长了菠萝的产业链，克服了菠萝保质期短，不利于长途运输的弱点。引进加工技术设备，有利于大家分工更明确，做到标准化、规模化经营，形成产业链。这样才能推进菠萝深加工产业发展。”B镇一负责人说。

“3年前，我绝对没有想到自己能回来当老板！”回村创业的村民李七佬正在自己开办的民宿门口招呼客人。看着络绎不绝的客人，他按捺不住自己的喜悦，脸上洋溢着幸福的笑容。自镇里办起了菠萝文化节，一批又一批游客到这里参观游玩，吃农家菜、住农家乐成为市民的一种新时尚。

“菠萝文化节我们连续参加3次了。带着家人孩子来这里走走，呼吸新鲜的空气，品尝各种菠萝产品，心情很放松。”特地开车从外地过来参加菠萝文化节的游客小张说道。

借助菠萝产业，发展起休闲旅游，李七佬投资的钱不到一年就回收了。他兴奋地说：“以前大家觉得待在村里没有前途，都出去打工，现在都回来吃‘农业饭’了。村里搞休闲旅游、搞农家乐的人越来越多了，现在足不出户就能发家致富，生活可比以前好多了。”

材料3:

近年来，随着人们生活水平的不断提高和消费观念的转变，乡村休闲旅游已经成为一种时尚、一种生活方式，各地各级政府有关部门也把休闲农业和乡村旅游作为一大产业来抓。C镇积极响应号召，大力发展休闲旅游产业。在构建“一村一品、一村一景、一村一业、一村一特”的发展格局中，个别村遇到了一些问题。

(一)

A村是镇里的边远山村，人口约12000多人。村里有丰富的温泉资源，有条件开发特色休闲旅游，但由于离镇上远，进村山路多，交通不便，一直没有发展起来。村里的年轻人大都外出务工，留守在村里的基本是老人和儿童。

村委会也想利用温泉资源开发特色休闲旅游项目，但一直没有找到合适的开发商。有合作意向的公司一进村里，看到村里破破烂烂的房子和弯曲狭窄的山道就打了退堂鼓。

“客人如果从市里过来泡温泉至少要三个小时，而且山道狭窄弯曲，路不好走，也没有其他项目作为补充。只有温泉项目吸引不了自驾游和旅行团的游客，资源过于单一。村里基础条件差，开发投入高、周期长，成本不一定能收得回来啊。”一名公司负责人在考察环境后说道。

村民对于集体开发也没有什么积极性，不了解这项目是否可行，也不清楚前景怎样。“村里干部也说不清楚要怎么开发，要投入多少钱。”村民老王说，“我们手里那点钱都是血汗钱，如果投进去就要赔老本，谁还敢投钱啊！”

年轻人宁愿在外打工，也不愿意回来。“这路实在是不好走啊，要能开发早就开发成了。年轻人都出去了，大家都觉得还是到外面打工赚钱实在。”在外打工偶尔回家的小陈说。

该村郭主任无奈地说：“村里的旅游开发工作实在不好做。县里和镇里的财政支持很少，想招商也招不到合适的，想集体开发又得不到村民的支持，年轻人也不愿意回来。”

(二)

近日，B村的草莓熟了，一颗颗红透的草莓正待游人采摘。刚刚踏入草莓园，便能闻到

果香。游客在这不仅可以观赏品尝草莓，还可以进行现场采摘。然而，尽管草莓长势喜人，来参观采摘的游客却寥寥无几。

“真是倒霉啊！投资 30 多万进去，成本还没有收回来，就没有人来采摘了，血本无归啊！”村民老郑守着自家的草莓园，一脸愁容。

这几年，看着隔壁镇红红火火的草莓采摘热，B 村也跟着建起了草莓园。但相比隔壁镇的草莓园，B 村的村民却没有那么“幸运”，草莓不但没能招揽来游客，反而成为当地农民的“负担”，没到一年，生意就变得冷冷清清的。

种有草莓的陶小璐抱怨着：“刚开始搞草莓采摘还比较好，今年我们家也增加了草莓种植面积，结果现在隔壁镇也有很多村在弄这个，大家都一个样，他们离市区比较近，过去更方便，游客直接过他们那边去了。现在家里种的草莓，都等不到人来采摘，只好我们自己来收，草莓熟透了，要么烂在地里，要么烂在路上，都卖不出去了！”

“这边的草莓品种比较少，路也不好走。上个星期朋友去了隔壁镇的草莓基地，回来给我们带了好几种草莓。”正在采摘草莓的游客金小姐说道，“那边的草莓田连成一片，拍起照片来很漂亮。基地那边还有草莓种植的科普解说，寓教于乐，非常适合带家里的小朋友过去。”

该县相关工作人员介绍，最近几年，各个镇的乡村旅游发展非常迅猛，出现了一批颇具特色的休闲农业与乡村旅游示范点和精品采摘园。但是，有不少镇旅游景点跟风开发，同质化现象比较严重，看到别的地方草莓园、葡萄园有人气，就赶紧上，没有根据镇的实际，充分发挥出现有资源优势。乡村旅游还存在粗放、低水平开发情况。

（三）

“连江五十里，修竹半其间”。C 村有着丰富的竹林资源，随处可见宁静幽远的竹林，山连山，竹连竹，层层叠叠，如一幅翠绿的竹画长卷，清风过处，竹涛翻滚，颇为壮观。虽然有这么好的资源，但该村的旅游业却一直“火”不起来。这个距离镇中心仅 10 公里的景点，尽管年人流量超过 10 万人，却没有因为得天独厚的资源而带来经济效益。

“游客逛完景区就走了，镇上仅有几家不成气候的农家乐，都留不住人啊。”该村村委会林主任说，“除了竹子，也没有什么景点可以吸引游客了。”

“竹林的风景别有一番滋味，偶尔带朋友来这里走一走，也很开心。”说到为什么逛一圈就走，市民李叔说，“这里就只有竹林，没有其他景点了，也没有什么游乐设施。沿着竹林走一圈，大人还可以，小孩就受不了了。竹林也很单调，走个把小时就结束了。反正现在有车很方便，开车个把钟头就可以到下一处景点了。”

“C村有这么好的自然资源，却没有发展起来，实在可惜。”游客张老师说，“这里空气那么清新，有时想要在这里住几天放松一下，但是住宿条件却比较差，吃饭也没有比较好的酒店，路边的小摊、小店总让人不是很放心，就算是想留也留不了。”

张小姐是从外地过来的游客，她在周边逛了一圈想带些手信回去，却一直没有找到合适的。“这里的旅游产品开发太落后了，做工很粗糙，品种也少，实在带不回去给朋友。可以考虑竹子的深加工问题，比如将竹子做成工艺品、纪念品之类的。利用资源优势进行手工艺加工，也能吸引来更多的游客。”张小姐遗憾地说。

（四）

D村有一个方圆300亩的油菜花田，每到周末有很多自驾的游客来踏青、赏花，由于景区主要集中在村里的油菜花田，村道又很狭窄，随着自驾游车辆的增多，周末塞车现象极为突出，小碰擦时有发生。村里没有专门设定的停车位，村民随便圈地就收取停车费，导致乱停乱放现象很严重。这些现象使很多游客来一次就不愿意再来了。邻近镇的葵花园、梅花园相继开放后，很多游客都转移到新旅游点了，D村的油菜花田游客量一日不如一日。

游客小黎一说起在D村的赏花经历就很激动，“车都塞了好几公里长，村道就只有一条车道宽，避让很麻烦，村里又没有大型的停车场，管理也没有跟上，我早上10点就到了村口，塞了一个小时才找到车位，精疲力尽的，哪还有什么心情赏花啊！”

省城来的游客小李对D村的村容村貌极为不满，“村里的环境没有得到整治，脏、乱、差现象很严重。游客在油菜花地附近留下的垃圾也没有及时清理。有的地方还有一些鸡、鸭、鹅的粪便，臭气熏天。小孩来了一次就不愿意来了，嫌臭。”

“车塞得太厉害了！”等了一个小时还没有进到村里的小刘说，“我们听说这边的油菜花开了，一大早就从市里赶过来，没想到在村口就塞了一个小时，也没有人引导，早知道这么塞车就不来了。”

“我兜了半个小时还没有找到车位，下次再也不来了。”还在找车位的小胡则满是怨气，“这么多车，村里就只有一个小广场可以停车。没有禁停标志，也没有人疏导，先来的车出不来，后面的车没有车位就随便停在路边。乱糟糟的，一点秩序都没有。”

该镇一负责人承认，个别村的乡村旅游还有道路不畅，景点分散，游客服务中心、停车场、厕所、标牌标识、垃圾处理等设施不配套、管理不到位等问题。有的地方条件较差，游客来了，想玩没有地方玩，想购物没有地方购物，想住宿没有高级的酒店，存在有钱花不出去等现象。