

一节课揭开申论高分奥秘

公考通网校

www.chinaexam.org



最新最全公考资讯



听课刷题专用 APP

【例 1】

请根据给定资料 2，谈谈建立基层立法联系点制度，在 S 市发挥了哪些积极作用？（20 分）

要求：（1）内容全面，概括准确，条理清晰；（2）不超过 300 字。

资料 2

从 2015 年 9 月开始，在 S 市 H 街道洪储小区当了近 30 年居委会主任的老朱，又多了一个新身份——基层立法联系点信息员。“立法的神秘感一下子被打破了，立法工作就在家门口，每个人都可以参与，这就是人民当家作主。”

2019 年，垃圾分类成为百姓讨论的热点话题。“生活垃圾，究竟怎么分？垃圾分类标准不仅直接关系到管理效果，而且关乎民生，立法过程备受关注。在这一背景下，我们作为市人大常委会基层立法联系点，承担了《S 市生活垃圾管理条例》制定的意见收集工作，目的就是要将老百姓的建议原汁原味地提上去。”朱主任说。

79 岁的老夏是洪储社区的居民，对垃圾分类立法非常热心。“在条例草案的听证会上，关于垃圾分类标准的问题讨论十分热烈。”老夏记忆犹新，“我从老年人的视角发表了意见，建议按照大多数市民熟悉的四分法来分，分类搞得太复杂，老年人记不住。”“真没想到，我的建议最终被采纳入法了。”老夏激动地说，“这说明立法联系点的意见征集不是摆样子，老百姓的想法能在立法中切实得到体现。”

不仅要传递好群众声音，还要关注好不同群体的立法心声。“比如，在中小企业促进法修订草案征求意见阶段，对于中小企业和创业基地、基层政府部门、服务企业的街道社区等，都要从不同方面征集意见。”H 街道人大工委龚主任介绍，基层立法联系点还要注重向人民群众做好解释工作，善于把“法言法语”转化成群众通俗易懂的语言，潜移默化地加强法治教育。“两年多来，1800 余人次参与立法意见征询，10 余个立法问题成为社区公共议题，其中两个进入 2018 年 H 街道社区代表会议议题，并成功推进了多个社区服务项目。”龚主任说。

“让专业的意见渗透到法律条款中。”S 市人大常委会研究室刘主任表示，对于一些涉及特定知识和专业领域的立法，在广泛征集基层民意的同时，积极征集专业人才的意见，对于提高立法建议的采纳率大有益处。在制定反家庭暴力法时，某律师事务所的吴律师正好办理过一起老年人遭女儿虐待的案件。“反家庭暴力法草案中保护妇女、儿童权益的内容比较明显，而家庭还应该包括老年人，特别是与子女同居的老年人。”吴律师说，在基层立法联系点征集意见时，她提出了这项建议，最终被采纳。

作为基层立法联系点的 S 市 C 镇人大，共设立了 36 个采集点，各采集点着重吸纳退休或者在职法律工作者、教师、工程师等各行各业有一定专业知识储备的热心人，组建了群众智囊团。“目前，群众智囊团有 150 人，C 镇人大还专门聘请了 4 位专家学者组成了专家顾问团。”C 镇人大钱主席介绍，这样收集上来的意见更专业，也更能反映基层群众的诉求，促进立法工作更加规范、科学。“农村集体聚餐场所很多，如果发生食物中毒，处罚对象是谁？是聚餐的承办者、举办者，还是场所提供者？还要明确被迫追责主体的法律地位。”在《S 市食品安全条例》征求意见时，C 镇人大针对农村地区的实际情况提出了完善建议，并得到了采纳，促进了农村聚餐管理更加规范。

【例 2】

根据“给定资料 2”概括 Q 集团俄罗斯公司成功打开国际市场的主要举措（15 分）

要求：（1）准确全面；（2）简明扼要；（3）分条陈述；（4）不超过 200 字。

资料 2

2018 年 12 月，虽正值寒冬，但对于 Q 集团俄罗斯分公司的陈总来说，却是“热浪”迭起。12 月 14 日，由该公司出版的《中国民营企业四十年的风云激荡》俄文版新书发布会在其位于莫斯科的中国书店举行，受欢

迎程度大大超出预期。与此同时，分公司推出的“中国书架”在俄罗斯两座城市挂牌，这意味着“中国书架”已入驻俄罗斯 12 个城市的 22 家书店。“照这个速度，用不了多久，‘中国书架’很有希望在俄罗斯发展出百家合作书店……”陈总在微信朋友圈中写道。

陈总所领导的俄罗斯分公司是中国著名民企 Q 集团的下属公司。2009 年 7 月，Q 集团开始走出国门进军国际市场。“集团一路摸爬滚打，是中国图书出海的一个缩影。”俄罗斯分公司成立之初，推出的第一本书是《快速学汉语》，首印 1 万本，卖得不好；组织翻译的一些在中国国内颇红的文化类、小说类图书，也只销售了个位数。几年过去了，库存积压，让原来挣的钱全赔了进去。2013 年，“一带一路”的提出使得“汉语热”“中国热”迅速升温。中国图书在国外的需求量开始增大，国内的出版社主动上门寻求合作。该公司抓住了这一机遇。组织翻译、销售了大量中国主题图书，包括《历史的轨迹——中国共产党为什么能》《中国民营企业 500 强》等。经过短短数年发展，该公司成为了俄罗斯第三大中国主题图书出版商。

Q 集团俄罗斯分公司共有员工 268 人，陈总是其中唯一的中国人。如此极致的本土化，缘于该公司的定位——通过纯母语思维和文化视角，实现对中国主题图书海外出版的组稿、翻译、发行和推广。几年前一家国内出版社组织翻译专家团队，将一本中文图书译成了俄文。另一家俄罗斯出版社得到授权后，也组织了当地的翻译人才进行翻译。两个俄文版本相比，后者页数远超前者。原来，俄罗斯本土化编辑翻译团队，为该书增加了大量的背景介绍与注释，语言风格也更贴近本国读者，受到了更多俄罗斯读者的欢迎。这些事让他深刻认识到，要想让世界了解中国，需要使用当地易于接受的思维和话语体系。

为了让中国文化更接地气，分公司还将一些书店打造为文化中心，开展围棋讲座、中国书法班、中国主题沙龙、趣谈中国文化爱好者等公益活动。“粉丝”的增多，也带来了“流量经济”。陈总说：“我对中国主题图书走出去，有了更多信心！”