

## 2004 年广西公务员考试《申论》真题（下半年）

### 一、注意事项

1. 本部分试题直接在试卷上作答，答题前请在试卷指定位置填写自己的姓名、准考证号等信息。
2. 申论考试，与传统作文考试不同，是对分析驾驭材料能力与对表达能力并重的考试。
3. 请先仔细阅读给定的资料，然后按照后面提出的“申论要求”依次作答。
4. 本卷满分为：100 分。考试总时限：150 分钟，其中阅读资料参考时限约为 30 分钟，作答参考时限约为 120 分钟。

### 二、给定材料

#### 案例一

2004 年，上海各级工商部门共查处各类违法广告 1039 件，罚没款 822 万元，有力地规范了上海的广告宣传秩序。为进一步惩戒违法主体，维护消费者权益，昨天市工商局向社会公布 2004 年上海工商部门查处的十大虚假违法广告案件。

北京九九方元保健品经销有限公司上海分公司发布虚假保健食品违法广告案。2004 年 6 月以来，该公司利用媒体、宣传册等宣传“富硒灵芝宝”保健食品，广告内容中夸大了产品的功效，称“适合各个时期的肿瘤患者”、“明显降低肿瘤复发与转移的几率”、“全国服用肿瘤患者数已超过 50 万”等，严重误导肿瘤患者。

处罚：责令停止发布违法广告并处罚款 8000 元。

#### 案例二

上海教卫进修学院发布虚假招生广告案。2004 年 7 月，该学院利用媒体发布“航空乘务员就业培训班”，称可以“保证入选学员顺利进入民航系统就业。”实际上无任何单位授权该学院开设航空乘务员培训班，以及定向就业招生，学院无法保证入选学员进入民航系统就业。

处罚：责令停止发布违法广告并处罚款 18600 元。

#### 案例三

上海林赛娇生物科技发展有限公司发布虚假违法保健食品广告案。2004 年 3 月，该公司利用报纸发布广告宣传“肠清茶”保健食品广告，广告超出批准的保健功能范围，称“毛孔变小、皮肤细腻，失眠得到改善”。

处罚：责令停止发布违法广告并处罚款 24000 元。

#### 案例四

上海智绘生物医学研究有限公司发布虚假药品广告案。2004 年 6 月，该公司为其经销的“东方灵芝宝”灵芝胶囊药品自行设计并散发印刷品进行广告宣传，称这种药品可以“治癌、抗癌”，而这种药品实际经批准的药理作用与“治疗癌症”无任何关系。

处罚：责令停止发布违法广告并处罚款 10000 元。

#### 案例五

上海金谷药物研究有限公司发布虚假保健食品违法广告案。该公司在明知其产品核定的保健功能为“改善记忆、抗疲劳、延缓衰老”的情况下，利用产品的成分进行虚假的广告宣传，误导消费者以为产品“对脑萎缩、老年痴呆”等疾病有治疗作用。

处罚：责令停止发布违法广告并处罚款 10000 元。

#### 案例六

上海中科敬业生化技术有限公司发布违法保健食品广告案。2004 年 2 月，该公司在本市报纸发布“中科甲尔胶囊”保健食品广告，广告中的“溶解沉积在血管内壁的血斑、血栓，疏通血管经脉；调节血粘”等内容，超出了该产品实际被批准的保健功能范围，误导了消费者。

处罚：责令停止发布违法广告并处罚款 2300 元。

#### 案例七

上海可丽可心保健品有限公司发布虚假减肥产品广告案。2004 年 2 月，该公司在本市某报纸发布广告，称“一个月减肥 20 斤，两个月 40 斤”，“45 天就能减 30 斤”，并承诺少减一斤可全额退款，这些说辞无相关证明，片面夸大产品减肥效果，欺骗和误导了消费者。

处罚：责令停止发布违法广告并处罚款 5000 元。

#### 案例八

上海南洋医院有限公司发布违法医疗广告案。2004 年 5 月，该医院通过其擅自发布的印刷品，大肆进行治疗尖锐湿疣、淋病等性病的医疗广告宣传，并含有“保证治愈”的内容，严重违反了法律、法规的规定。

处罚：责令停止发布违法广告并处罚款 2000 元。

#### 案例九

上海杨浦区医联门诊部发布虚假医疗广告案。2004 年 9 月，该门诊部利用报纸发布医疗广告，称其推出的“光子减肥”项目，“只需一次，终结漫漫减肥路”，“只需一次一小时，做到想减哪儿就减哪儿，让您真正拥有永久苗条的身材”，误导了消费者。

2004 年 11 月，国家工商总局发布消费警示：“灵芝类保健食品不具有任何治疗作用，同药品有质的区别。”

首都经贸大学广告研究所所长杨同庆说，类似灵芝类保健食品宣传就是虚假广告。虚假广告是在广告活动中采取欺骗的方法或者引人误解的陈述，对商品或者服务的主要内容做不真实宣传、侵害了消费者权益的违法行为。

在目前针对虚假广告的“一片喊打”声中，矛头最多的指向了虚假药品广告，食品、日化用品、房地产、教育等领域也存在严重的虚假广告现象。近日，国家工商行政管理总局通报了五类虚假广告的主要违法表现

房地产：除了未标明开发企业名称、预售或者销售许可证号等一般性不规范行为外，主要是含有升值或者投资回报的承诺。

医疗：以新闻报道形式发布，在对有关医疗机构的人物专访、专题报道等文章中出现医疗机构详细地址、电话、联系办法等广告宣传内容，或者在发表有关文章的同时，在同一版面发布有关医疗机构的广告；广告内容严重超出《医疗广告管理办法》的规定；以科室或者专科门诊的名义发布广告；违反规定

发布治疗性病广告；证明文号、有效截止日等不规范行为。

药品：含有不科学的表示功效的断言和保证；为治疗肿瘤药品、改善和治疗性功能障碍药品及计划生育用药发布广告；含有有奖销售、让利销售及馈赠、降价等违法促销内容；广告中无药品生产批准文号及广告审批文号；以新闻报道形式发布。

保健食品：出现与药品相混淆的用语，直接或者间接宣传治疗作用；使用医疗机构、医生、患者的名义或者形象，及利用专家、消费者的名义或者形象做证明；无保健食品标记和批准文号。

化妆品：使用医疗用语或者易与药品相混淆的用语；化妆品名称、制法、成分、功用或者性能有虚假夸大的表现；涉及化妆品性能或者功能、销量等方面的数据等等。

### 三、申论要求

(一) 请用不超过 150 字的篇幅，条文式地概括出给定资料所反映的几个主要问题。（20 分）

(二) 请用不超过 350 字的篇幅，对给定资料所反映的主要问题提出对策。要分条列款地说明，要体现针对性、可操作性和条理性。（30 分）

(三) 请自拟标题，就给定资料所反映的主要问题，用不少于 1200 字的篇幅进行论述。可全面论述，也可就某一方面重点论述。要求中心明确，论点正确，论据充分，论证深刻，有说服力。（50 分）

## 2004年广西公务员考试《申论》真题（下半年）参考答案

1. 材料主要反映的是我国存在的虚假广告现象。目前，虚假广告现象在我国十分严重，并主要集中在房地产、医疗、药品、保健食品和化妆品这五个行业。房地产业，不标明开发企业名称、给消费者承诺投资回报；医疗行业，公开医疗机构联系方式，广告内容违法；药品行业，对药品功效作出保证，使用让利等手段促销；保健食品行业，用语不规范，宣传治疗作用；化妆品行业，用语混淆，夸大产品效果。

### 2.

违法违规广告害人不浅，必须加大对它的处理力度，才能让老百姓真正买的放心，用的舒心。杜绝虚假广告，可以从以下几个方面着手：

（1）建立健全相关的法律法规制度。进一步制定和完善管理和规范广告的法律法规制度，从制度上提供打击虚假广告的依据，严格执法。

### 3.

#### 治理违规广告，保护消费者权益

当今社会商品经济高度发达，作为信息载体之一的广告铺天盖地，席卷而来，让人眼花缭乱，目不暇接。真实、合法的广告，给人们了解、购买和使用商品带来了极大地方便。但是，一些虚假违规的广告却给消费者带来了财产损失甚至是身体上的伤害，严重损害了消费者的合法权益，必须给以严肃的整顿和处理。

针对严重的虚假广告现象，相关部门应该通力合作，加大打击和处罚力度，具体的措施有：

一是完善相关的法律法规制度。《广告法》在我国实施已有十余年，但如此猖獗的违法违规广告确实让人触目惊心。因此，要加强各个行业的广告立法和管理工作，制定行业广告规范，做到有法可依、处理有据。

二是集中开展整治虚假违法广告的专项行动，维护广告市场的秩序。各级工商行政管理部门要加强部门协作，强化监督检查，形成执法合力，以惩治医疗药品、房地产、保健食品和化妆品行业的虚假广告为重点，强化对生产者、广告商家和广告媒体的监管，严厉打击制作、发布虚假违法广告等商业欺诈行为，维护广告市场的秩序。

三是严格广告审批制度。相关部门在进行广告审批时，要严格按照审批程序进行，全方位地进行审核，发现问题及时制止，将不法广告消灭在起始阶段。并对查处的发布虚假广告的厂家、广告商和媒体进行通报，对守法经营、诚实守信的企业、广告主给予通报表扬，树立遵纪守法的典型。

#### 阅卷评分标准

（一）20分能概括出以下主要问题的，即可给分。只要求考者概括的意思相同或相似，不强求文字相同。

（1）公车消费近年来急剧膨胀，已成为各级财政不堪重负的包袱。

(2) 公车消费在购车、用车、修车中存在诸多问题，是堵不住的“黑洞”，是一种滋生腐败的温床。

(3) 对公车消费的腐败，人民怨声载道；公车改革成为人们关注的新热点，引起不同的争议。

(4) 公车改革势在必行，但是改革又有难度。如何改革，是摆在各级政府面前的难题。

评分时，每缺一个主要问题扣4分；没有紧扣资料，概括欠准确扣4~5分；条理不清扣3~5分；字数每超过10字扣1分，累计扣分最多为3分。

## (二) 30分参考性对策

(1) 抓好领导干部思想信念和根本宗旨教育，用“三个代表”主要思想武装头脑，消除特权思想，正确对待公车改革，廉政为民。

(2) 公车改革要克服“三难”：一难是观念难适应；二难是怕奖懒罚勤；三难是怕公务用车乱摊派。

(3) 公车改革既要从国情出发，又要借鉴国际经验，着重制度创新，建立规范刚性、公正透明和便于监督的公车消费制度。

(4) 公车改革的出路在于实行“四化”：一是公车使用调度化；二是交通待遇货币化；三是公车管理市场化；四是公务用车商品化。

注意：评分时，对上述对策只作参考，不是惟一的标准，只要考者提出相对应对策，言之有理，就要酌情给分。

可分为四个等级打分：

一等(26~30分)紧扣主要问题提出对策建议，对策建议具有针对性、具体性、可行性，具有一定的创见性，语言流畅，字体美观；

二等(16~25分)能针对主要问题提出对策建议，对策建议具有一定的针对性、具体性和可行性，语言通顺，字体端正；

三等(6~15分)对策建议缺乏针对性、具体性和可行性，语言基本通顺，字体清楚；

四等(0~5分)脱离主要问题，无对策、建议，语言不通顺，字体难以辨认。

## (三) 50分引用论据可以是资料中的事例或数据，也可以超出本资料内容。

可分为五个等级打分：

一等(41~50分)紧扣主要问题，观点鲜明，内容充实，分析透彻，结构严谨，语言流畅，标题准确而醒目，字体美观；

二等(31~40分)能针对主要问题，观点明确，内容较充实，结构完整，语言通顺，标题正确，字体端正；

三等(21~30分)基本能针对主要问题，观点基本明确，内容一般，结构基本完整，语言基本通顺，标题基本正确，字体清楚；

四等(11~20分)基本脱离主要问题，观点不明确，内容单薄，结构欠缺，语病较多，标题不准确，字体不好辨认；

五等(0~10分)脱离主要问题，中心不明，观点不明，内容贫乏，结构混乱，语言不通顺，题不对

文或无标题，字体难以辨认。

文章无标题者一律在基础分上扣 5 分。

文章满 1100 字的不扣字数分；文章在 1000~1090 字之内的，在基础分上扣 1~2 分，字数在 1000 字以下（不含 1000 字）的，在基础分上扣 3~4 分。