



Advertisement for the Houzhiwang WeChat account. The top part features a yellow background with the large black characters '公务员' (Public Service) in the center, surrounded by decorative elements like stars and a hand pointing. Below this is a QR code with the Houzhiwang logo in the center. Under the QR code, the text reads '厚职公考官方微信公众号'. A green button with a white WeChat icon and the text '扫码关注' (Scan to follow) is positioned below the text. At the bottom, there are two rows of text listing various services: '真题试卷' (Real exam papers), '预测押题' (Prediction and topic selection), '批改模考' (Correction of mock exams), '经验分享' (Experience sharing), '报名时间' (Registration time), '报考指导' (Application guidance), '招聘信息' (Recruitment information), and '政策答疑' (Policy Q&A).

2015 年上半年浙江事业单位 《综合能力》(B 类) 真题

一、概念分析题 (分析材料中的观点、提法、表述等, 按要求回答问题。18 分)

人类社会每次经历的大飞跃, 最关键的并不是物质催化, 甚至不是技术催化, 而是思维工具的更迭, 以下是关于“互联网思维”的四种观点:

观点一: 互联网思维就是要对传统的工业思维进行颠覆, 从大规模生产、大规模销售和大规模传播转向专注产品与服务的极致以及优秀的社会化媒体营销, 依托互联网, 消费者已经反客为主, 真正意义上的消费主权异军突起, 因此, 互联网思维实质上是一种“用户至上”的思维。

观点二: 互联网思维首先强调的不是收入, 而是用户规模和流量。通过提供免费服务汇聚海量用户群, 然后在此基础上, 为少部分用户提供多样化、个性化的收费服务, 构建一种新的商业模式。

观点三: 互联网思维就是在互联网时代冲击下对人们思维模式或思维方式的一种变革, 是一种非线性的思维模式。运用互联网思维的最大特征是必须运用平台思维, 通过平台规则、平台运营机制的创新。聚合双边或多边市场规模, 打造有关利益方共赢的商业生态圈。

观点四: 互联网思维延伸出的便捷、参与、免费、体验、创新等表现形式, 都只是重复描述了企业在推广策略或者营销管理上需要关注的重点, 互联网思维的真正意义其实就一条——在移动互联时代, 任何环节的信息交流均会被加速, 互联网改变了信息传输的效能。

问题:



根据以上四种观点, 分别归纳每种观点所反映的“互联网思维”的基本特征, 并对每个特征进行简要说明。

要求: 简洁、准确、清晰, 不超过 150 字。

二、校阅改错题(下列文字在行文逻辑、文字运用等方面存在一些错误或不当之处, 如段落或语句顺序不当、语法错误、用词不当、错别字等, 请指出其中的 8 处并予以改正。32 分)

要求: 指出及改正时, 请使用段落序号和句子序号, 不用抄写全句。

第一段: (1) 时至今日, 还有很多转基因方面的虚假报到。(2) 这也从一个侧面说明转基因科普还需形成合力, 科研机构、管理机构、大众媒体和社会人士都还有很多工作可做。

(3) 国内有“转基因玉米致老鼠减少”“母猪流产”等; 国外有“转基因马铃薯试验大鼠中毒”“转基因玉米致癌”等。(4) 虽然这些消息已被科学界和有关国家生物安全机构否定并证伪, 但还是有不少人相信就是假的。

第二段: (5) 日前, 中央 2015 年“一号文件”提出要加强农业转基因生物的研究、安全管理、科学普及。(6) 虽是近九年来中央“一号文件”中第六次提到转基因技术, 因此还是引起了社会的广泛关注。

第三段: (7) 近年来, 转基因一直是个社会热点话题, 关于这一问题的争论, 已经达成共识。(8) 其中原因更是令人深思。(9) 屡屡发生的食品安全事件, 让人们的精神绷得紧紧的。(10) 从湖南爆出的“黄金大米”事件, 到中储粮的“转基因油入库”风波, 再到湖北的“转基因作物违规种植”事件, 近年来的这些转基因违规事件也加强了人们的担忧。(11) 实际上, 对于转基因技术缺乏共识, 主要症结在安全性上, 这就凸显了科技的重要性。(12) 严谨专业的科学语言需要与个人的思维对接。(13) 接地气的科普、就是用老百姓的语言、适应大众接收的方式, 讲清楚、说明白。(14) 加强科普的有效性, 还需在舆论导向、思想认识层面形成公开的讨论氛围。

三、材料分析题(分析材料内容, 按要求回答问题。40 分)

小张是 A 市的一名学生家长, 他的孩子正在上小学。小张认为, 应该让孩子有一个轻松、愉快的童年, 不用让孩子上补习班。但通过与孩子班上的家长们交流, 他发现不少家长都准备给孩子报补习班。于是他开始犹豫, 该不该让自己的孩子也去上补习班呢? 他决定自己做一个调查。

首先, 小张查阅了各级教育部门制定的相关文件。他发现, 近年来各级教育部门几乎年年都在暑期前下发文件, 不允许各中小学校集体补课, 要严格控制学生作业量, 要组织好学生暑假的学习生活和社会实践活动, 把时间还给学生。

接着, 小张又来到了附近的学校、街道、社区。在学校周边的大街上, 不时会有人塞给他一张补习班的招生广告, 走进社区, 告示栏上贴的也是各种补习班的广告, 但大多数补习班的宣传栏中各科辅导教师只有姓氏, 没有名字。

然后, 小张专程赶到附近的一个培训班, 随机询问一些报了补习班的学生。他发现, 多数人在幼儿园和小学阶段, 父母就给他们报了各种培训班; 上初中后, 这种现象更加普遍, 父母对孩子的学习抓得更紧, 几个主要科目都报了班。多数学生表示双休日及假期从来没有完整地休息过, 感到很疲劳, 希望能在假期好好休息调整一下。

同时, 小张发现, 许多都市类报纸上, 有时一个版面都是假期辅导班招生的广告。一个地区一天就有几十家补习班在招生。其中, 有些补习班打着重点中学“高级教师”“资深教师”的牌子, 毫不避讳地用名师做广告。为吸引更多生源, 还有些补习班在宣传中宣称授课老师为重点中学的在职老师。

问题:

1. 为确保调查内容的完整性和真实性, 以便做出孩子是否上补习班的决定, 除了上述



调查内容外, 小张还需要重点调查哪些内容?

2. 下表是小张从网上找到一张关于“不同年龄段孩子上补习班的人数比例”的调查统计表。要判断该统计结果的有效性和可信性, 还需要进一步掌握关于这一调查的哪些信息?

年龄段	上补习班的人数比例
7—9岁	62%
10—12岁	85%
13—15岁	92%
16—18岁	76%

四、写作题 (仔细阅读下列材料, 按要求作答。60分)

材料一:

2015年2月22日, 日本某媒体发表题为《“中国资金”春节期间席卷日本列岛》的文章。其中提到, 在春节期间, 有45万中国游客在日本消费了60亿元人民币。日本各大商场的电饭煲、电吹风、刀具等生活用品被中国游客抢购一空, 尤其是马桶盖, 几乎处于断货状态。

材料二:

2015年春节前夕, 王先生跟随一个旅行团到日本旅游, 他此行肩负着许多亲朋好友的代购任务。在大阪的电器商场, 王先生惊奇地发现, 一款S品牌的马桶盖外包装上赫然印着“Made in China”, 产地是杭州下沙, 为此他还拍下了照片。这让王先生很费解, “兜了一大圈, 买到的居然还是自家门前生产的东西, 那不是等于当了回搬运工?”

根据网友提供的线索, 王先生通过媒体找到了位于杭州下沙的生产企业。公司某管理人员一眼就认出照片中的马桶盖, 并表示一些在日本售卖的热销智能马桶盖, 都是中国制造并出口的, 这些产品不仅销往日本: 还销往新加坡、香港等地。现在, 全球所有的S品牌智能马桶盖都是下沙制造的, 但事实是, 很多人都知道S品牌的智能马桶盖, 却很少有人知道下沙是它的产地。

参考上述材料, 联系实际, 以“品牌就是竞争力”为题目, 写一篇议论文。

要求: (1) 观点明确、分析具体、条理清楚、语言流畅;

(2) 字数800-1000字。

参考答案

2015年上半年浙江事业单位 《综合应用能力》(B类)真题

一、答案提示

1. 用户至上。强调消费者的主体地位。2. 免费的商业模式。以免费换取流量费用, 建立在海量用户群的基础上, 经营目标为客户的流量费。3. 非线性思维, 注重搭建平台。运用平台思维, 细分化、个性化, 聚合资源, 达成共赢。4. 注重信息传输效能。表现为便捷、免费、体验、创新等。

二、答案提示

1. 第一段(1)“报到”一词错误, 应该为“报道”。
2. 第一段(2)顺序不当, (2)放在(4)后面。
3. 第一段(3)马铃薯的“署”为错别字, 应改为“薯”。



4. 第一段(4)逻辑错误, 应改为“不少人相信就是真的”。
5. 第二段(6)关联词错误。虽然……因此……搭配不当。“因此”改为“但是”。
6. 第三段(7)前后矛盾。联系上下文, 应该是关于这一问题难以达成共识, 将“已经”改为“难以”。
7. 第三段(10)搭配不当。“加强”应改为“加剧”。
8. 第三段(11)用词不当。凸显了科技的重要性中“科技”改为“科普”。

三、答案提示

1. (1) 参加补习班的利弊。调查、比较未上补习班和上完补习班学生的成绩, 心理状态; (2) 补习班学习情况, 师资力量; (3) 补习班费用, 时间安排; (4) 调查自己孩子的综合情况, 例如成绩、课余时间安排等。

2. (1) 被调查学生总数; (2) 各年龄段学生数目; (3) 被调查学生成绩、综合素质; (4) 被调查学校情况, 例如是否重点学校。

四、参考范文

品牌就是竞争力

什么是品牌? 它的价值如何在企业经营中得到体现? 品牌是大众对一件事物的认可度, 这件事物可以具体到一个国家、城市、企业、产品或是个人, 也是这件事物的知名度和美誉度, 大众对某事物的认知度越高, 该事物知名度越大、美誉度越强, 品牌就越深入人心, 其价值就越高。对于企业来说, 品牌可以是企业本身, 也可以通过他的产品或服务来体现; 对于人来说, 品牌可以理解为是他的性格, 可以是他做人的性格, 也可以是他做事的性格。

我们常常会问, 现在世界级企业为什么比一般企业做得好? 让我们来看看麦当劳是怎么做的。麦当劳的广告语是“为快乐腾点空间”“I'm lovin' it (我就喜欢)”从根本上理解就是传递快乐文化。如何传递? 通过内部营销获得员工的共鸣, 再由他们去传递给消费者, 而所谓内部营销就是把品牌理念推广给企业内部的员工, 让员工充分理解品牌的经营理念。麦当劳不断地给员工灌输这样的观念——麦当劳不但是在卖西式快餐, 同时还在传递快乐, 为消费者提供一个欢乐的聚会场所。通过不断的灌输这样的理念, 员工从内心接受了品牌的经营理念, 并以此工作为荣。消费者不仅能在麦当劳享受到可口的食物, 更重要的是能与麦当劳欢乐的气氛形成共鸣。

现在, 大多数企业已经把品牌理念作为企业的核心竞争力, 究其原因, 是因为现代商品同质化太严重, 使其想通过商品特性打开市场的可能性越来越小。由于技术信息的传播实在太快, 再好的商品特性也能在短时间内被模仿, 能与同类产品做区隔的只有品牌所传播的理念了。

当然, 品牌理念并非仅仅依靠几句简单的传播口号就能树立, 而是通过品牌发展过程中不断的实践与探索总结出来的。多年以前, 煌上煌以煌禽酱鸭立足于市场, 凭借酱鸭的优质口感赢得消费者的青昧, 通过核心产品的热销带动其他产品旺销, 市场局面一片大好。但随着时间的推移, 市场上开始有一些小商户也能生产出同类产品, 并且价格还便宜, 煌上煌的产品慢慢与其他小品牌的产品同质化, 品牌发展遇到了阻力。企业管理者开始将视野从单一的核心产品带销策略转向迎深的品牌运作上, 弃用煌禽酱鸭这种简单吆喝式广告语, 启用以酱卤世家为核心的新元素, 强化自身的品牌历史, 使得品牌理念更加清晰且有内涵, 也为将来品牌拓展埋下了伏笔, 通过这些改变也让煌上煌找到了更加适合的定位, 从而与其他同类产品区隔开来。

一个好品牌要想吸引消费者, 不被淹没在这同质化严重的市场环境当中, 就要创造与众不同的品牌个性, 使消费者容易将这个品牌与其他品牌区分开来, 并在其心目中占有一定的位置, 这项工作被称之为市场定位。品牌构建工作中最重要的任务是创造出差异化的品牌理念来确定自身的产品个性, 以便更好地被消费者识别并与其他同类产品做区分, 形成自己鲜



厚职公考（www.houzhiwang.com）整理提供，更多资料可访问网站或关注我们的微信公众号

明的风格，最终以独有的品牌理念打造出企业的核心竞争力。