

08年公务员录用考试申论标准预测试卷(一) PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/488/2021_2022_08_E5_B9_B4_E5_85_AC_E5_8A_c26_488636.htm

一、注意事项 1. 申论考试是对考生阅读理解能力、综合分析能力、提出和解决问题能力、文字表达能力的测试。 2. 本试卷由给定资料与作答要求两部分构成。考试时限为150分钟。其中，阅读给定资料参考时限为40分钟，作答参考时限为110分钟。满分100分。 3. 仔细阅读给定的资料，按照后面提出的“作答要求”依次作答。考生应在答题卡指定的位置作答，未在指定位置作答的，不得分。

二、给定资料 1. “首家引进香港国际类风湿病研究院独创的‘免疫平衡调节微创手术’”，“类风湿性关节炎、强直性脊柱炎治疗新突破”，“术后24小时，关节疼痛明显减轻或消失，两三天后病变部位的活动功能得到恢复”，“只需一次手术，还您终身健康”，这是杭州华夏医院发布的关于类风湿性关节炎、强直性脊柱炎的广告。类风湿性关节炎、强直性脊柱炎是一种令患者十分痛苦而治疗又非常困难的疾病。该病主要临床表现为患者关节僵硬、疼痛，严重可丧失劳动能力，全国患者约有数百万人。一看到这样的广告，众多患者纷纷前往就医。其中有11位患者先后接受“免疫平衡调节微创手术”治疗，但结果不仅没有治愈，反而出现不同程度的声音嘶哑、咳嗽、恶心等症状。经浙江大学司法鉴定中心鉴定，确认因施行“免疫平衡调节微创手术”治疗后已造成朱×、黄×、颜×、吴×等患者九级伤残，造成了严重社会危害后果。25名类风湿病患者以“医疗服务合同纠纷”为案由将杭州华夏医院告上法庭，个人最高索赔额

达90多万元。与此同时，省工商局向省公安厅移送了“杭州华夏医院发布虚假医疗广告案”，称该医院发布“免疫平衡调节微创手术”广告的行为涉嫌虚假广告罪。

2. 当前，形形色色的广告已经渗透到人们生活的各个角落，随处可见，给人们带来便利的同时也存在着种种隐患。问题之一便是非法广告同样可以堂而皇之地得以传播。其中，药品、医疗器械和保健食品之类的广告存在问题较为突出。2005年，国家食品药品监督管理局对全国35家地市级电视台在17月间发布的20792次药品广告进行了监测，发现违法药品广告9573份，违法率46%。同时，对181份报纸发布的10598次药品广告进行监测，发现违法发布药品广告行为9680次，违法率高达91.3%。因此，违法药品、医疗器械、保健食品广告是工商行政管理部门和食品药品监督管理局整治工作的重点之一。

3. (中国食品产业网2006年09月18日)中消协和搜狐财经频道于日前共同举办的“广告公信度”，网上问卷调查显示，超过2/3的网民对商业广告不信任；近1/4的网民认为小广告最不可信。而医疗、保健食品和药品则被认为是虚假违法广告的重灾区。对于发布虚假违法广告的主要参与者，近1/3网民建议停止其广告业务。调查结果还显示，超过四成网民认为广告发布媒体最应承担虚假违法广告发布责任。另有八成网民认为名人代言虚假违法广告应承担连带责任。据了解，消费者因受虚假违法广告误导消费的现象不在少数，有的甚至造成消费者合法权益的极大损害，成为构建和谐社会的不稳定因素。中消协的统计表明，今年上半年，全国消协系统受理涉及广告虚假宣传的投诉即有5483件。为此，中消协建议广大消费者要提高自我保护意识，增强识别夸大虚假广告的能力。

能力。4. (法制晚报2007年02月02日)今天上午，北京市工商局监测中心公布了2006年全年违法广告监测报告，其中烟草类广告涉嫌违法率最高。据了解，2006年度，全市共监测广告3,797,104条，涉嫌违法广告总计为11,207条，涉嫌违法率为0.29%。与2005年度相比，平均涉嫌违法率下降了0.47个百分点。监测报告显示，2006年涉嫌违法率排名前10的商品、服务广告分别是：烟草、声讯服务、医疗服务、医疗器械、保健食品、人用药品、医疗美容、其他食品类、针纺织品和卫生洗涤用品，这10类广告占监测总量的16.69%，而涉嫌违法量占涉嫌违法总量的91.58%。排名第一的烟草类违法广告主要表现在，非烟草企业广告使用与烟草企业相同或近似的商标、包装、装潢、商品名称；或非烟草企业在广告中出现烟草广告语。报告显示，2006年，医疗服务、人用药品和保健食品这三类广告的涉嫌违法量占涉嫌违法广告总量的75.34%。涉嫌违法广告的重复发布问题依然存在，被监测的大部分涉嫌违法广告为旧广告，个别涉嫌违法广告甚至贯穿于全年的各大媒体中。北京百坤园中医院、北京万寿康中医院、体坛中医院、五妙水仙膏、寒水石药王枕等医疗、药品、医疗器械广告，尽管涉嫌违法，却连续发布了12个月。此外，“丽姿减肥胶囊”的保健食品涉嫌违法广告也发布了10个月。互联网招商和教育培训广告最近问题较突出，主要问题有招商广告含虚假内容，欺骗或误导消费者，典型广告语是“投资一千，月赚十万”；教育培训广告含有绝对话用语，误导消费者典型广告语是“最优秀的考研辅导学校”。今后，招商和教育培训类广告也将作为监测的重点。5. (潇湘晨报2006年05月29日讯)“最先进”、“最优秀”、“

唯一”这样在招生广告中司空见惯的宣传口号以后将不得继续使用。26日，省劳动和社会保障厅就《湖南省职业培训广告备案办法(征求意见稿)》面向社会征求意见，叫停上述有误导之嫌的绝对化语言。办法明确，经各级劳动保障部门许可的培训机构，在本省境内面向公众发布培训广告，必须经县级以上劳动保障部门备案。对于培训广告出现下述情况之一者，将不予备案：培训机构的名称、许可证编号、办学地点、培训层次、专业工种、招生范围等内容与办学许可证登记内容不相符；有虚假夸大、欺骗和误导受训者的内容；有贬低其他培训机构的内容；有“最先进”、“最齐全”、“最好”、“最优秀”、“唯一”等绝对化语言；使用国家机关或国家工作人员名称和形象；违反有关法律、法规和规章的其它内容。6.（《四川日报》2006年11月14日）记者近日获悉，由四川省工商局牵头，省级12个部门已正式建立联席会议制度，并联合制定了虚假违法广告整治方案。据悉，对于广告违法问题严重的新闻媒体，由工商行政管理机关认定违法事实后，由新闻媒体的主管、主办单位对有关负责人予以处分、调离工作岗位或追究其主管负责人的领导责任。7. 20世纪90年代，我国媒体广告业迅猛发展，促进了企业产品销售，对社会发展起了良好作用，媒体收入也大大增加，实现了社会效益和经济效益的统一。但媒体广告在繁荣市场、引导消费取得快速发展的同时，也出现了许多不负责任的虚假广告，与假新闻、低俗新闻、有偿新闻一起成为新闻四大公害，给社会、给群众带来巨大危害，也影响了媒体的形象和公信力。以医疗广告为例，根据国家工商行政管理总局广告监督司的数据统计，全国范围内近期发布的医药广告中，医

疗服务广告违法率达40.86%，医疗器械广告违法率达63.54%，医药类广告违法率高达80%。媒体广告违法操作除了数量惊人外，还具有以下特点：媒体形式多样，涉及平面媒体(报纸)，非纸质媒体(广播电视)；内容、形式、格调上参差不齐；版面、节目时间长，往往占据报纸的半个乃至整个版面，广播电视上的播放形式多以电视短片、专题讲座为主，或重复播映。中南财经政法大学教授乔新生分析认为，药品监督管理部门和工商行政管理部门接力监管的方式和多头管理的体制，是虚假广告屡禁不止的根本原因。中国传媒大学黄升民教授也认为，我国目前的药品广告发布和监管体系设置，为违法药品广告的出现埋下了隐患。虚假医疗广告的产生是一条链，包括药品和医疗器械厂家(或者是医疗机构)、广告公司、媒体。在利益驱动下，他们会联起手来，以“会诊”、“义诊”、“讲座”等名义进行虚假宣传，目前还出现了情景短剧等形式。这些层出不穷的广告形式钻了法律法规的空子，所以监管起来比较困难。我国应借鉴国外的立法经验，加强对消费者合法权益的保护。中国政法大学教授许浩明告诉笔者，欧盟及其成员国有关药物广告的法律规定，其目的都在于对消费者进行保护，所以看明令禁止的药物广告规定；还成立了专门的对于误导性、特别是欺诈性广告进行长期监督的药物管理委员会，收集、检查药物广告及其有关立法的执行情况，号召并接受消费者对于不法广告的检举揭发……最为重要的是，作为消费者保护协会，还有权代表消费者对于误导或欺诈广告商进行起诉或应诉。既然接力监管的方式和多头管理的体制是虚假医疗广告泛滥的成因，解决问题就必须从改革监管体制入手，建立一套更为系统和

完善的监管模式。乔教授建议说，治理虚假医疗广告首先要进行行政体制改革，将广告的设计、制作、代理和发布各环节的管理权交给工商行政管理机关一家，由他们严格依照药品管理法和广告法对医疗广告进行全程跟踪和系统管理。其次，行政机关不仅要要对广告主、广告经营者和广告发布者实施有效的管理，还要对广告公司具体的广告行为做出规范，对参与制作虚假广告的明星们进行处罚。今后，国家的立法部门应当修改广告法，追究参与制作虚假广告的明星们的法律责任。第三，完善刑法，加大惩处虚假医疗广告制作者和发布者的力度。我国刑法第222条规定了虚假广告的刑事责任。但这一条款对参与制作虚假广告的其他人不具有法律约束力。全国人大常委会可以考虑通过扩大解释的方式，将刑事责任主体扩大到参与制作虚假广告的个人和单位，同时加大处罚力度。黄升民教授还提出，除了政府加强监管外，医疗行业、广告公司和新闻媒体一定要建立起严格的行业管理制度，尤其是医疗行业，必须铲除游医、假药、小诊所生存的土壤，这样才能让虚假医疗广告彻底消失。8. “广告主是否提供真实合法的文件广告公司是否根据审批的合法文件设计广告?媒体播放广告前是否对其进行严格的审查?”工商总局广告监管司司长屈建民的“三问”，道出了虚假广告屡禁不止的根源：“利益体”的失职。我国广告法明确规定“广告不得含有虚假的内容，不得欺骗和误导消费者。”但各类媒体上依然充斥着形形色色的虚假广告。屈建民31日在广电总局和工商总局联合召开的新闻通气会上指出，虚假广告屡禁不止的关键在于它的“利益体”广告主、广告经营者和广告发布者的失职。广告法规定，广告主自行或者委托他人设

计、制作、发布广告，应当具有或者提供真实、合法、有效的下列证明文件：营业执照以及其他生产、经营资格的证明文件；质量检验机构对广告中有关商品质量内容出具的证明文件；确认广告内容真实性的其他证明文件。但是许多广告主、广告经营者和广告发布者为了追求利益，并没有严格依法行事，有些播出的广告与审查内容完全不同，导致了大量虚假广告的出现。屈建民说，规范、整顿广告市场是一项系统工程，相关监管部门、行业主管部门，尤其是广告主，都应该担负起自己的责任，任何一个环节的脱节都会给虚假广告留出通道。屈建民说，发现一个虚假广告可能是一二分钟的事情，但是要处理一个虚假广告却要一二个月的时间，因为要依照法定程序查证取证。因此他表示，杜绝虚假广告的最好方法不是出现一个消灭一个，而是应从源头抓起，广告主、广告经营者和广告发布者都应本着对社会、对消费者负责的态度，不让虚假广告有出现的机会。

三、作答要求 (一) 请用不超过150字的篇幅，概括出给定资料所反映的主要问题。要求：概括全面。层次分明，条理清楚，表述简洁。(20分)

【参考答案】 欺骗性的虚假广告，给消费者的选择带来误导，侵害了消费者与合法经营者的权益。虚假广告严重破坏了正常的广告市场秩序，导致市场信任危机，严重时还会扰乱正常的市场秩序，最终阻碍市场经济的发展。虚假广告已经成为全社会关注的焦点，根治虚假广告刻不容缓。

(二) 请就如何解决给定资料所反映的主要问题提一些建议措施。要求：体现针对性和可操作性，思路清晰、条理清楚。不超过300字。(30分)

【参考答案】 1. 建立健全广告业法律法规，明确虚假违法广告的界定标准和范围。 2. 推行广告审查

机构、人员和广告发布媒体分开制，建立独立于媒体之外，与媒体没有任何经济利益关系的广告审查机构。3. 加大对广告主、代理公司和媒体三方的共同监管，规范广告的设计制作和管理行为，加大违法查处力度和打击力度。4. 建立社会监督机制，设立真正能够为消费者解决问题的投诉机构。5. 提高行业自律水准，提高从业人员的职业素养，建立广告法律法规教育培训制度。6. 提高消费者鉴别、防范和抵制虚假广告的能力和水平。(三)根据给定资料，自选角度，自拟题目，写一篇1200字左右的文章。(50分)要求：中心明确、内容充实、条理清楚、联系实际、行文流畅。【参考答案】略。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com