



2019 年国家公务员申论热点预测材料

预测一：弘扬企业家创新精神	预测十一：人工智能
预测二：：让“企业家精神”绽放光彩	预测十二：：文化泛娱乐化
预测三：互联网平台发展与责任	预测十三：：追寻意义，走出“泛娱乐化”
预测四：：规范公民生态环境行为 倡导绿色生活与消费	
预测五：食品药品安全	预测十四：共享养老
预测六：互联网慈善	预测十五：：知识付费
预测七：滴滴等新兴公益平台崛起	预测十六：底线思维
预测八：：健康中国建设	预测十七：规范快递行业发展
预测九：加强文化自信 讲好中国故事	预测十八：中国制造业升级发展
预测十：坚定文化自信 推动文化兴盛	预测十九：健康中国建设

2019年贵州公务员笔试培训课程（考前冲刺强化提高系列）

辅导班次	上课时间	价格
VIP名师定制全程协议一班	26天26晚	前期缴纳7800，被录取就缴纳16800元
VIP名师定制全程协议二班	16天16晚	前期 缴纳5800；被录取缴纳16800元
考前冲刺刷题班（包含刷题）	10天 10晚	4980元（包住宿）

贵州鸿途总校

贵阳市云岩区中华中路1号峰会国际11楼（大十字广场旁边）

咨询热线：0851-85558683 181-8410-8845 138-8507-4718

遵义鸿途教育：

遵义市红花岗区延安路174号龙象帝王酒店 24小时报名热线:雷老师 18985532360
 微信咨询：添加微信号18985532360
 公交线路：忠庄客运站路线11路在浦发银行站下，火车站路线25路在保健院站下，茅草铺路线15路在保健院站下，六一〇地质大队路线15路在自来水公司站

六盘水鸿途教育：

六盘水钟山大道荷城花园旁国源假日酒店
 24小时报名热线: 何老师 18083611773 微信咨询：添加微信号18083611773

黔南州鸿途教育

报名地点：文峰路1号柒加壹商务酒店（州林业局旁）
 咨询热线：徐老师18985537370（微信同号）

铜仁鸿途教育

铜仁鸿途地址:铜仁市碧江区锦江南路317号梵瑞大酒店
 24小时报名热线：王老师 18085076532 微信咨询：添加微信号18085076532

黔东南鸿途教育：

凯里市鸿森花园酒店2022号（环城东路与学院路交叉口处）
 24小时报名热线:王老师 18153106272 微信咨询：添加微信号18153106272

毕节鸿途教育

报名地点：毕节市七星关区中华路与清华路交汇处政通大酒店（毕节大酒店对面）
 24小时报名热线：肖老师 18085079570 微信咨询：添加微信号18085079570

安顺鸿途教育

安顺鸿途地址:安顺市西秀区西航路161号（小米山加油站旁）格林豪泰酒店
 24小时报名热线：王老师 18153106219 微信咨询：添加微信号18153106219

黔西南鸿途教育

黔西南鸿途地址:兴义市坪东街道柯沙坡钻石广场城市便捷酒店
 小时报名热线：王老师 18083619675 微信咨询：添加微信号18083619675

国考热点预测一：弘扬企业家创新精神

[权威论述]

市场活力来自于人，特别是来自于企业家，来自于企业家精神。——习近平

企业家是经济活动的重要主体，要深度挖掘优秀企业家精神特质和典型案例，弘扬企业家精神，发挥企业家示范作用，造就优秀企业家队伍。——习近平

要保护企业家精神，支持企业家专心创新创业。——习近平

新型政商关系，概括起来就是“亲”、“清”两个字。——习近平

面对纷繁的物质利益，要做到君子之交淡如水，“官”“商”交往要有道，相敬如宾，而不要勾肩搭背、不分彼此，要划出公私分明的界限。——习近平

对企业来说，构建亲清政商关系才是阳关大道。——习近平

发展是第一要务，人才是第一资源，创新是第一动力。——习近平

强起来靠创新，创新靠人才。——习近平

[原因分析]

回首以往，中国企业家们敢为天下先，在改革开放中创造了不平凡的业绩。但也要看到，当前我国创新驱动动力仍旧不足，仍有部分企业家创新意识不强。例如，一些企业家形成了依靠增加要素投入、扩大生产规模实现利润增长的思维定势，难以适应高质量发展的要求；一些企业家习惯于模仿国外技术，没有把技术创新尤其是关键核心技术的研发摆在企业发展的重要位置；还有的企业家不是扎扎实实搞创新，增强企业长期发展的动力，而是热衷于到房地产市场、金融市场获取短期投机利润，等等。这些问题的存在，不利于应对新时代的挑战和机遇，不利于加快建设创新型国家。

中国特色社会主义进入新时代，这是充满光明前景与重大机遇的时代，将为创新发展提供最好的机遇和沃土。有的发达国家贸易保护主义抬头，甚至想通过技术封锁等措施遏制中国制造业升级。这迫使我们必须加快提升自主创新能力。创新能力，从根本上影响甚至决定着国家和民族的前途命运。提高企业创新能力，是时代的要求，是历史的担当。这就要求多措并举，进一步培育和弘扬企业家创新精神。

[重要性]

实现中华民族伟大复兴的中国梦，需要大力弘扬企业家创新精神。实现中华民族伟大复兴的中国梦，需要全体中华儿女勠力同心。企业家作为中华儿女中的一个特殊群体，同样是中国梦的筑梦者、追梦者。这一群体虽然在数量上属于社会中的少数，但他们是社会生产的组织者，其生产决策关系到各行各业的发展，其精神状态影响着众多劳动者。企业家敢为人先的创新精神，能够激励全社会的创新创业，激发全体中华儿女实现个人幸福梦、民族复兴梦的昂扬斗志。近代以来，从“实业救国”到“红色资本家”，再到“让世界爱上中国造”，无不体现着中国企业家在民族复兴中的创新精神，激励着一代又一代中华儿女。进入新时代，实现中华民族伟大复兴的任务更加紧迫艰巨，更加需要大力弘扬企业家创新精神，在新征程中展现中国人民的创新伟力。

满足人民日益增长的美好生活需要，需要大力弘扬企业家创新精神。衡量一个企业家是否优秀，主要是看他对国家、社会、人民作出了多大贡献。中国特色社会主义进入新时代，人民美好生活需要日益广泛。但当前国内生产还不能很好满足人们的中高端需求，以致出现大量“海淘”“海购”现象。在不少服务领域，老百姓也还有这样那样的意见。解决这些问题，从根本上说要靠创新。企业家的创新精神是企业生产创造的动力源。企业家通过创新发展、专注品质、追求卓越，能够为人民群众提供更加丰富、更高质量的产品和服务。我们需要大力弘扬企业家创新精神，激励企业家不断打造新产品、开发新技术、培育新业态、创造新模式，不断满足人民日益增长的美好生活需要。

推动中国经济高质量发展，需要大力弘扬企业家创新精神。在新时代，推动高质量发展，实现质量变革、效率变革和动力变革，是中国经济发展的根本要求。“发展是第一要务，人才是第一资源，创新是第一动力”。企业家是推

动高质量发展的重要力量，是稀缺的特殊人才资源，是创新活动的主要组织者。发挥企业家的创新精神，能有力促进科技创新，有效激励企业提升产品质量、生产效率，进而引发产品创新、产业创新、业态创新、管理创新，加快形成以创新为主要引领和支撑的经济体系和发展模式。

形成全面开放新格局，需要大力弘扬企业家创新精神。中国正日益走近世界舞台中央，在经济全球化中扮演着越来越重要的角色，必将进一步拓展对外开放的范围、层次、结构、布局，推动形成全面开放新格局。在这一进程中，中国企业家通过与世界各国企业家交流合作、同台竞争，在推动企业发展壮大中成长为具有全球视野的企业家。中国企业家是否具有创新精神，影响着中国在世界经济舞台上的影响力和感召力。大力弘扬企业家创新精神，在全面开放新格局中展现中国企业家创新的风貌，将有力推动中国企业提高国际竞争力。

[参考对策]

营造良好的社会发展环境，激发企业家创新精神。良好的社会环境是企业家精神形成的土壤，也是弘扬企业家精神、发挥企业家作用的保障。要营造依法保护企业家合法权益的法治环境，营造促进企业家公平竞争、诚信经营的市场环境，营造尊重和激励企业家干事创业的社会氛围。要形成保护企业家财产权的社会氛围和制度保障，增强企业家的财富安全感，给企业家吃上创新的定心丸、打上创新的强心剂。同时，政府要不断优化创新发展的政策环境、市场环境、政务环境和法治环境，为孕育企业家创新精神培植沃土。

建立“亲”“清”新型政商关系，滋养企业家创新精神。政商关系是政府与市场关系的重要内容，在企业家创新精神的培育中发挥重要作用。在新时代，党和国家面貌发生深刻变化，特别是习近平总书记对“亲”“清”新型政商关系提出明确要求，为正确处理政府与企业关系、支持企业发展、激励企业家创新创业提供了行动指南。新时代，迫切要求政府从生产资源的管理者、分配者转向企业的服务者，着力为企业家打造阳光市场环境，引导企业家创新创业，不断滋养企业家创新精神。

健全支持创新发展的体制机制，点亮企业家创新精神明灯。要完善支持企业家专注品质、创新发展的政策体系，鼓励企业家精益求精、敢想敢试。要建立包容企业家创新的制度体系，为企业家创新发展提供更加宽松的政策环境。要建立健全鼓励创新的金融体制、税收体制，使企业家的创新实践能得到国家政策的大力支持。

增强企业家的创新紧迫感，主动培育创新意识。企业是创新的主体，企业家是创新发展的探索者、推动者、引领者。弘扬企业家创新精神，关键是企业家自身要把创新精神内化于心、外化于行。新时代是不断变革的时代，不创新就必然落后。企业家要有创新的紧迫感，在提升创新能力中不断强化创新举措的落实，以创新精神实现自我革新、推动产业变革。要坚决反对以创新为名骗取优惠政策、规避政府监管、扰乱市场秩序的行为，真正把精力和财力投入到以创新谋发展、谋未来上来。

国考热点预测二：：让“企业家精神”绽放光彩

新时代一系列改革措施，正是要让企业家在市场竞争中有公平感、在合法营收时有安全感、在社会生活中有尊严感

一段时间以来，“企业家精神”成为舆论热词，党的十九大报告明确提出，“激发和保护企业家精神”。不久前，民营企业家鲁冠球去世，也引发社会对企业家群体的集体致意：“创业半个多世纪，他从没有停下创新的步伐”。千千万万个企业家的创业故事如同一面镜子，折射出改革开放近40年风云激荡的历程。

习近平总书记指出，“市场活力来自于人，特别是来自于企业家，来自于企业家精神。”改革开放“把企业家请回了中国”，而与中国跻身世界第二大经济体相对应的，则是企业家群体登上历史舞台，带动中国企业不断发展壮大，推动中国经济破浪前行。改革开放打开的制度空间，让一大批民营企业脱颖而出；新世纪以来进一步扩大开放，让中国企业走向世界舞台；时至今日的科技创新，令知识密集型企业井喷式增长，中国独角兽公司在国际舞台上的戏份儿越来越重，背后正是新一代企业家的兴起。一部改革开放的历史，记录着企业家群体的创新创业，也见证着企业家精神的成长成熟。

企业家精神不会从天而降，而需要公平的环境、政策的土壤，才能激发出来。党的十八大以来，中央深入推进简政放权、建立权力清单制度，营造保护企业家合法权益的法治环境；致力于建立“亲”“清”新型政商关系，厘清政府和市场边界、打造公平竞争的市场环境；从中央层面出台弘扬企业家精神的文件，涵养全社会尊敬并激励企业家的文化氛围。国家是企业最基本的竞争优势，原因是它创造并延续企业的竞争条件，可以说，这5年我们党对企业家作用的认识提高到新的水平，重视程度前所未有，制度保障前所未有。

进入新时代、踏上新征程，企业家群体的自身结构在发生深刻变化，企业家群体的历史使命也在发生深刻变化。如果说，改革开放初期百业待兴，企业家群体的使命主要是推动经济高速增长，那么在中国稳居世界第二大经济体、社会主要矛盾发生历史性变化的当下，企业家群体的使命则是推动经济转型升级。经济学家熊彼特把企业家精神概括为“创造性破坏”，管理学家德鲁克则将创新和企业家精神视为企业成长的基因。方此之时，中国正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期，需要更多企业家绽放光彩、施展抱负，也为企业家发挥想象力和创造力提供了巨大舞台。

“我们要激发全社会创造力和发展活力”，习近平总书记的铿锵宣示，预示着企业家将获得新时代的更多馈赠，获得与中国共同成长的更多机会。从实现产权有效激励、要素自由流动，到竞争公平有序、企业优胜劣汰，从支持民营企业发展、深化商事制度改革，到打破行政性垄断、防止市场垄断，党的十九大报告提出的一系列改革措施，正是要破除体制机制障碍，让企业家在市场竞争中有公平感、在合法营收时有安全感、在社会生活中有尊严感。唯有如此，才能让企业家的创新活力充分涌流，让全社会的创造潜力竞相迸发。毫无疑问，新时代将是创新创造的时代，企业家群体当与新时代同频共振，通过创新为时代注入蓬勃动力，推动中国实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续发展。

有人曾这样描述改革开放给中国带来的巨大冲击：“当这个时代到来的时候，锐不可当”“江河汇聚成川，无名山丘崛起为峰，天地一时，无比开阔”。如今，迈入新时代，中国的企业家早已超越“江河汇聚成川”的初始阶段，还将以“百川东流归海”的激情，推动中国经济进入高质量增长的轨道，完成登顶前的辉煌一跃。

国考热点预测三：互联网平台发展与责任

要本着对社会负责、对人民负责的态度，依法加强网络空间治理，加强网络内容建设，做强网上正面宣传，为广大网民特别是青少年营造一个风清气正的网络空间。

[权威论述]

网络空间是亿万民众共同的精神家园。建设好这个精神家园，互联网企业是重要主体，既要讲发展，也要讲责任。——习近平

互联网企业生存在社会之中，不能只讲经济责任、法律责任，还要讲社会责任、道德责任。——习近平

网络空间天朗气清、生态良好，符合人民利益；网络空间乌烟瘴气、生态恶化，不符合人民利益。——习近平

企业发展要坚持经济效益和社会效益相统一，更好承担起社会责任和道德责任。——习近平

网信事业发展必须贯彻以人民为中心的发展思想，把增进人民福祉作为信息化发展的出发点和落脚点，让人民群众在信息化发展中有更多获得感、幸福感、安全感。——习近平

商业的本质是盈利，但盈利的前提是遵守底线。——经济学家弗里德曼

[意义分析]

增强互联网企业社会责任意识，关系我国互联网产业发展。互联网以让人不可思议的发展方式迅速而深刻地改变人们的思维方式和生产生活方式。中国互联网从开放、自由竞争，进入垄断巨头主导的新阶段，而反垄断法迄今没有在互联网领域发挥作用，缺乏威慑力。于是，在眼前和短期利润最大化的驱使下，各种损害公共利益和行业利益的行为进入高发期。只有强化责任意识，才能促进互联网企业的正常健康发展。

互联网企业责任，关系到人民的日常生活和生命按照。互联网技术天生的社会属性要求企业必须要更加重视社会责任。互联网不是一个简单的技术和工具，它更是信息发布平台、信息交互平台、信息利用平台和交易平台，具有媒

体属性、社交属性、商品交易属性，这些社会属性随着网络边界的扩大，正在影响着每一个人的生活。地位高了，责任也必然更大，权责必须对等。

互联网企业责任，代表着文明的发展进程。互联网企业还要担当传播社会正能量的责任。网络空间乌烟瘴气、生态恶化，不符合人民利益。只有营建一个干净、舒服的网上家园，人民群众才有更多获得感，才有幸福感。互联网企业还应成为文化创新和文明创新的带头人。这需要企业主动过滤掉有害信息，做到不传谣、不造谣、不生事，自觉肩负起传播正能量的责任，为经济发展和社会稳定和谐做出自己应尽的贡献。也唯有如此，企业也才能做大做强，发展之路才会越走越宽广。

【原因分析】

平台经济活动不仅是一种经济行为，更是一种社会责任行为，互联网平台的社会责任既与平台企业本身相关，也与平台上的众多参与企业有关，还与和平台进行协作配套的相关企业有关。

一是由互联网在社会生活中的地位决定的。当前，互联网已经深刻嵌入社会生活的方方面面，成为人们生活的一个新空间。互联网企业是这个空间的主要建设者。当互联网技术无孔不入、社会离不开网络的时候，互联网企业就应当承担起更多的社会责任，让伦理与道德、秩序与制度为技术护航，使互联网更好地服务社会、造福人类。

二是改善网络生态的客观要求。从现实来看，我国网络生态整体上是有序的，但网络乱象还时有发生，形式也在不断翻新。互联网是信息发布平台、信息交互平台、信息利用平台和交易平台，具有媒介功能、社交属性、服务属性和商务属性，如果缺乏责任感和约束力，网络乱象就会直接影响人们的日常生活。整治网络乱象，必须强化外在监督，同时也离不开互联网企业内在责任意识的增强。

三是由互联网平台监管的复杂性决定的。平台企业的参与者数量庞大、规模不一、性质不同，监管和治理平台企业及相关参与主体的社会责任具有很大的困难和复杂性。一方面，我国大部分互联网平台企业尚处于“野蛮生长期”，平台规则和监管制度不够完善，例如打车平台为快速占领市场缺乏对司机资质的验证导致“问题司机”的产生。

【问题分析】

一是市场结构不合理，缺乏有效竞争。少数企业甚至一两家企业在互联网产业一些细分市场占据明显优势，这在一定程度上导致企业缺乏创新活力，甚至不惧管理。长此以往，势必降低互联网行业的整体创新性和社会贡献率，企业也缺乏承担社会责任的内生动力。

二是公司治理体系不完善。目前，很多互联网企业治理结构不健全，治理体系缺乏科学性和稳定性，而政府管理部门和社会公众在公司治理层面发挥作用的空间非常有限，需要探索更加科学有效的治理模式。

三是企业文化建设相对滞后。一个企业的发展壮大，离不开优秀企业文化的支撑和推动。互联网企业应在致力于快速发展的同时，培育饮水思源、回报社会的健康企业文化，在诸如技术设施建设、填补数字鸿沟、维护国家利益、支持公益事业、推动形成良好社会风尚等方面发挥积极作用。缺乏反哺社会意识的企业，在面对社会公共利益、社会公共事件时，就有可能显露冷漠与傲慢的一面。

四是相关部门监管不到位。互联网经济发展迅速，平台经济模式下的社会责任问题体现出多重主体性、强危害性和治理复杂性，与此同时国家层面法律制度的制定出台尚滞后于新型问题出现的速度，造成监管的缺失和不到位。

【对策措施】

要从互联网产业持续健康发展的角度，增强互联网企业履行社会责任的内生动力，通过内外兼修强化企业责任意识。

一是优化市场结构，健全竞争机制。竞争是改善服务的动力源泉。缺乏竞争的市场格局不利于实现优胜劣汰、优化资源配置，也不利于企业履行社会责任。应从政策和市场两个维度，健全激励机制，鼓励适度竞争，倡导从政策竞争、项目竞争转向机制竞争、平台竞争、消费竞争。打破少数企业对互联网发展核心资源的垄断，避免出现寡头垄断，抑制强势企业对中小企业的挤压。

二是完善公司治理结构，加强内部监管。面对我国互联网企业影响日益扩大的现状以及当前互联网公司治理中存在的突出问题，可以考虑对互联网企业进行分级管理。对处于核心领域关键位置的企业，可在其治理体系中增加特殊股东，如以网民或网民团体为代表的特殊监督股。特殊股东不参与企业日常管理，但对企业重大决策有话语权和监督权。

三是制定社会责任标准，开展第三方评估。规模较大的互联网公司通常是上市公司，公司市值易受舆论影响。因此，利用舆论推动互联网企业增强社会责任意识是一种可行的管理方式。国际社会已经出台了企业社会责任的国际标准。可以根据我国实际和互联网产业发展状况，制定我国互联网企业的社会责任标准，由第三方权威机构定期发布评估报告，并对违背社会责任要求的典型行为进行通报。

四是培育企业文化，加强行业自律。增强互联网企业社会责任意识要靠外部约束，也要靠行业内部自律。自律不会自发产生，通常是在行业内企业普遍意识到危害性和紧迫性后，才会形成秩序与规则。在这个过程中，行业协会和规模较大的企业应发挥引领作用，必要时要以壮士断腕的精神，猛药去疴，刮骨疗毒。

五是要加强法治建设和监管，增强外部约束。要用法治思维推动网络空间法治化，包含依法对互联网企业进行管理。在网络立法的过程中，互联网企业要增强法制意识，以法律为准绳，作为行为的最低规范。当然，监管部门也需要突出依法治理的有效性和稳定性，需要强调管理监督的及时性和科学性。

国考热点预测四：规范公民生态环境行为 倡导绿色生活与消费

[权威论述]

生态文明建设同每个人息息相关，每个人都应该做践行者、推动者。——习近平

要加强生态文明宣传教育，强化公民环境意识，推动形成节约适度、绿色低碳、文明健康的生活方式和消费模式，形成全社会共同参与的良好风尚。——习近平

我们不能吃祖宗饭、断子孙路，用破坏性方式搞发展。——习近平

我们要敬畏自然、珍爱地球，树立绿色、低碳、可持续发展理念——习近平

绿色发展是构建高质量现代化经济体系的必然要求，是解决污染问题的根本之策。——习近平

[内涵]

绿色消费，是指以节约资源和保护环境为特征的消费行为，主要表现为崇尚勤俭节约，减少损失浪费，选择高效、环保的产品和服务，降低消费过程中的资源消耗和污染排放。

[原因分析]

我国人口众多，资源禀赋不足，环境承载力有限。近年来，随着经济较快发展、人民生活水平不断提高，我国已进入消费需求持续增长、消费拉动经济作用明显增强的重要阶段，绿色消费等新型消费具有巨大发展空间和潜力。与此同时，过度消费、奢侈浪费等现象依然存在，绿色的生活方式和消费模式还未形成，加剧了资源环境瓶颈约束。促进绿色消费，既是传承中华民族勤俭节约传统美德、弘扬社会主义核心价值观的重要体现，也是顺应消费升级趋势、推动供给侧改革、培育新的经济增长点的重要手段，更是缓解资源环境压力、建设生态

[意义]

是顺应时代发展、促进经济转型之需。面对日益严峻的环境问题，转变生产生活方式，推进绿色发展，早已成为共识。当前，国家加大对落后产能的淘汰力度、产业结构不断升级，公众环境意识显著提升，这既为加快推动生活方式绿色化提供了良好的外部条件和机遇，也进一步促使生产领域和消费领域的绿色化，有利于减少资源严重浪费与过度消费现象，有利于遏制攀比性、炫耀性、浪费性行为日益增长，实现生产方式和生活方式的绿色转型。

是促进生态文明建设和美丽中国建设的必然要求。建设生态文明，不仅需要国家从宏观层面推广科技含量高、资源消耗低、环境污染少的生产方式，而且需要公众自下而上形成绿色生活新理念，在日常生活中主动为节约资源、保护环境而努力。每个人节约一滴水、一度电，少开一天车，多种一棵树，累加起来就会取得显著的资源节约和环境改

善成效。在市场经济体制下，绿色消费可以倒逼厂商不断进行绿色技术创新，以满足消费者的生态需求；大众在垃圾分类处理、废旧物品回收等方面自觉承担义务，可以有效促进绿色发展。

是促进生态文化建设和中华文明传承的必然选择。健康纯粹、简朴有序一直是中国文人雅士所向往和推崇的生活方式。倡导生活方式绿色化，是对中国传统文化的传承，也是积极构建先进生态文化、拓展中国传统文化的体现。这既有助于改变人们的生活理念，改善人们自身的生存环境和生活品质，又有利于人与自然和谐长久发展，创建有利于生态环境、有利于子孙后代可持续发展的环保型生活方式。

[特征]

绿色消费是有益于人的身心健康、符合环境保护标准的消费行为和消费方式的统称。绿色消费主要有三大特征。

一是可持续性。绿色消费倡导健康消费和适度消费，但并不是简单地要求减少消费，而是提倡人们在追求生活舒适的同时，改变不利于身心健康的消费习惯，充分考虑资源环境承受能力，注重节约资源和保护环境，实现可持续消费。

二是代际公平性。传统消费模式很容易过度消耗自然资源、破坏环境和损害自身健康，不仅损害当代人的利益，而且损害子孙后代的生存基础。绿色消费有利于当代人与子孙后代共享资源和环境，体现代际公平。

三是全程关联性。在现代市场经济条件下，产业链上下游高度关联，消费具有极强的传导性。绿色消费从产业链全程关联的角度出发，关注消费对资源利用和环境保护的全方位影响，而不只是针对特定消费产品或消费行为倡导健康和适度消费理念。

[参考对策]

一是建立宣传教育联动机制，使“绿水青山就是金山银山”的理念内化于心、外化于行。要大力培育崇尚勤俭节约、绿色环保的社会风尚，唤起大众的社会责任意识，让保护环境成为一种自觉，让绿色生活成为一种习惯。应将环境教育融入国民教育体系，并植入各类文化产品，结合世界环境日、城市节水周、“熄灯一小时”等主题宣传活动，开展以绿色生活为主题的沉浸式、互动式教育。

二是开展试点示范工程，发挥先“绿”群体的动员、组织和示范作用。开展绿色系列创建，如绿色家庭、绿色社区、绿色机关、绿色学校等活动，构建全民参与的绿色行动体系。比如，北京、天津、石家庄、秦皇岛、保定都入选了全国低碳城市，可以组建低碳生活联盟，通过开展低碳生活网络达人评选等方式，调动大众践行绿色生活的积极性。同时，应积极发挥公务员、公众人物的示范作用，引领生活绿色化潮流。

三是优化绿色消费环境。在硬环境方面，要为绿色生活提供更多的空间、场所和设施。比如可采取将自行车慢行系统纳入城市交通规划、帮助共享单车企业完善管理体系、提高公共交通工具的乘坐舒适度等措施，提高公众的绿色出行率；比如可探索建立布局合理、管理规范的废旧物品回收体系，为废旧手机、电动车电池等废物的回收利用创造便利条件。在软环境方面，要建立和完善绿色产品信息发布与查询平台，规范市场秩序。政府部门应建立统一的绿色产品标准和认证机制，加强对绿色产品的市场准入和质量监督管理。

四是运用基于市场的政策工具，促进绿色消费。要强化“禁塑令”，完善城乡阶梯电价和峰谷电价、阶梯水价等价格调节手段，提高城市中心区的机动车停车收费标准，对皮草服装等奢侈品增收消费税，以这些硬措施、硬手段，促使公众养成绿色生活方式。同时，充分发挥政府绿色采购的引领和示范作用，比如可对新能源产品进行优先采购，以扩大绿色产品市场。

国考热点预测五：食品药品安全

[权威论述]

确保药品安全是各级党委和政府义不容辞之责，要始终把人民群众的身体健康放在首位。——习近平

要用最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责，来确保广大人民群众“舌尖上的安全”。——习近平

食品药品安全事关人民健康，必须管的严而又严。——李克强

要完善监管体制机制，充实基层监管力量，夯实各方责任，坚持源头控制、产管并重、重典治乱，坚决把好人民群众饮食用药安全的每一道关口。——李克强

[现状分析]

随着“互联网+”、大众创业万众创新战略的提出，很多新兴行业也充斥着食药领域，如：网上食品店、药店、海淘等的出现，带来了新的难题：

一是网上产品鱼龙混杂，很多非药品、非保健食品仍然打着各种名号，声称具有各种疾病治疗或保健功能。

二是网上食品质量难以把关，很多食品是散装、自制产品，在生产销售过程中很难做到严格按食品安全规范操作，且邮寄的过程中很容易导致二次污染。

三是监管难以落到实处，很多微信食品店的出现，监管部门难以发现，要购买产品均需要关注之后才可，且微店所在地也难以确定。

四是海淘产品难以监管，海淘产品由于其具有量小、主要以个人使用为目的，出入境检验检疫部门对此类商品并未一一检验，质量难以保证，再加上国内国际的产品标准不同，其真伪也很难进行鉴定，消费者购买到假劣产品也难以得到赔偿。

[原因分析]

源头污染

食品安全问题的形成具有长期复杂性。长期以来，我们注重经济建设，忽视了生态环境建设，一些长期积累的问题正在食品安全领域集中显现，特别是重金属、地膜与畜禽粪便污染严重，农兽药残留超标问题突出。在源头上，土壤污染和农药过量施用等多层因素叠加，导致食品安全风险层出不穷。

生产主体小、散、多

食品安全风险与分散化、小规模的食品生产经营方式有很大联系。目前，分散的农户仍然是我国食用农产品的生产主体；在全国 40 多万家食品生产企业中，90%以上是小企业，生产主体呈现点多面广，小、散、多等突出特点。食品供应链上的大多数生产经营主体规模小、分布散、集约化程度低，为追求经济利益往往采取违规违法行为。

监管方面监管难

一方面，法律法规滞后。由于食药部门监管面较宽，相关的法律法规甚多，但随着我国经济社会的不断发展，各式各样的食药新兴行业的出现，却难以用现有的法律法规去监管，由于我国贫富差距大，很多地方充斥着食品生产加工小作坊、小摊贩，环境条件差，生产效率低下，但该行业却至今立法不完善，监管存在盲区。

另一方面，食品从业人员素质较低、责任心不强。

食品行业准入门槛低，很多从业人员沿用着传统的生产经营方式，使用的产品原料是否合格也全凭经验，缺乏食品安全意识，对生产经营的产品并没有索证索票、建立台账、自主学习新版法律法规、餐厨废弃物的处理等意识，且很多经营者利用网络的隐蔽性来宣传自己的产品，造成食品行业乱象多、条件差、管理难。

[影响]

食药安全事件影响公众食品安全焦虑。食品安全焦虑感与社会环境高度相关。目前公众对食品安全满意度较低，这与食品安全“总体稳定、趋势向好”的基本状态相悖。其原因错综复杂：一方面，由于近年来一系列食品安全事件的爆发，引发公众的愤怒情绪，催生且放大公众的非理性行为，在一定程度上影响了消费信心；另一方面，随着微博、微信等自媒体的快速发展，一些媒体报道夸大扭曲、网络推手推波助澜，导致虚假食品安全信息甚至谣言大范围传播。公众面对食品安全谣言时难以甄别真伪，往往“宁可信其有，不可信其无”，容易产生食品安全焦虑感，形成非理性甚至极端的认识，导致公众对食品安全满意度长期徘徊低迷，与我国食品安全“总体稳定、趋势向好”的基本态势相悖。

[参考对策]

食品安全，首先是“产”出来的。长期以来，农业面源污染，工业和生活各种排污，破坏了生产食品的环境，对食品安全形成威胁。只有土地干净、清洁生产，才会有优质农产品。大力治地治水，净化农产品产地环境，切断污染物进入农田的链条，就能把住生产环境安全关；严格控肥、控药、控添加剂，严格管制乱用、滥用农业投入品，就能把住农产品生产安全关。不管是整治生产环境，还是重塑生产过程，从根本上说，都需要转变农业发展方式、加快现代农业建设，为农产品质量安全夯实基础。

食品安全，也是“管”出来的。面对生产经营主体量大面广、各类风险交织的形势，靠人盯人监管难以奏效，多头分管、责任不清、职能交叉等问题也消解了监管效力。这就要求我们创新管理、凝聚合力，形成覆盖从田间到餐桌全过程的监管制度，建立更为严格的监管责任制和责任追究制度，抓紧建立健全追溯体系，从而织出一张确保食品安全的天罗地网。徒法不足以自行，面对管理有漏洞、执法不作为、违法成本低等突出问题，针对农村等重点领域、薄弱环节，更要严厉打击食品安全犯罪，下猛药、出重拳、绝不姑息，让利欲熏心者得不偿失，让诚信守法者受惠获益。

国考热点预测六：互联网慈善

[存在的问题]

宏观层面整体分析

一是网络公益信息的真实性有待提高。由于互联网的开放性的特点，越来越多的公益组织和个人在网络上发表公益信息。如谎称自己是困难群体或自己的亲朋好友陷入困境，需要救助，通过发布虚假捐款信息，借机敛财。而这些信息因为带着公益的光环而更具迷惑性，人们往往只有在事后才能证实其真假，这导致不少爱心公益人士不敢轻易相信网络公益信息。

二是网络公益募捐信息的透明度有待提升。透明是助推公益事业长期健康发展的核心驱动力，因而受到广泛关注。目前，我国网络公益募捐信息发布不够透明与专业。虽然近年来中国慈善行业的信息透明整体上处于平稳上升的状态，但慈善会与民办非企业在信息公开方面还有不少工作要做，整个网络公益募捐信息透明度有待提升。

三是网络公益共意动员的能效有待增强。网络公益作为现代社会公益的新业态，与传统公益相比，动员优势明显。具体体现在：捐赠主体由传统的富人、单位、企业向普通老百姓延伸；公益形式由传统的钱物捐助向技能帮护、心理关怀等方面延伸；公益信息传播由单向度向多向度转变；募捐手段也从传统的当面递交转变为网络支付；“微公益”理念正逐步深入人心等。在看到网络公益强大动员能力的同时，我们也要看到，其动员能效也还存在不足，主要表现在：受网络虚假公益信息的影响，人们参与网络公益的积极性不够高；网络公益的物质与服务资源分配不够均衡；网络公益的劝募数量有待提高。

微观层面具体分析

一是众筹起因源于违法行为。如在“众筹交通事故赔偿款”事件中，众筹发起人的交通肇事行为违法，以“不想坐牢”为由发起众筹项目在朋友圈筹款，仍然有大量人予以捐赠，这样的捐赠行为是否有助纣为虐之嫌尚且存疑。如果对此类因违法行为发起的慈善众筹不加以制止，将出现违法成本由他人买单而导致违法者有恃无恐。

二是众筹事件缺乏紧急程度。近年来，发起人坐拥豪宅、豪车而发起众筹项目筹集治病款的新闻引发人们唏嘘。反观此类项目，最大的特点是缺乏紧迫度，即慈善众筹项目发起人没有穷困窘迫到需要公众施以援手的程度。如果这类项目充斥网络空间，势必会给公众留下虚假烙印，降低人们对慈善众筹的信任度和关注度，导致真正需要众筹钱款治病的对象无法得到帮助。

三是众筹行为涉嫌非法集资。当前，我国对非法集资的认定标准为：未经有关部门依法批准或者借用合法经营的形式吸收资金；通过媒体、推介会、传单、手机短信等途径向社会公开宣传；承诺在一定期限内以货币、实物、股权等方式还本付息或者给付回报；向社会公众即社会不特定对象吸收资金。而一些虚假的慈善众筹项目未经网络平台实质审核就公布出来，以慈善筹款为幌子吸收公众存款，并在网络空间转发，突破了地域局限性，面对的是不特定网络使用者，游走在非法集资行为的边缘。

[原因分析]

宏观层面整体分析：

一是公益法律制度不够完善。虽然我国已出台了诸多有关慈善事业的法律法规，但是与我国快速发展的公益慈善事业还不相适应。未来还需出台相应规范性文件，对慈善法的具体实施进行细化。

二是网络运营技术水平较低。现在许多公益组织都开办了自己的网站，但从整体上看，其网络运营技术水平不高。表现在：内容维护更新缓慢，新闻变旧闻；信息互动交流弱，许多网站不注重信息的交互性，没能及时回应网民的关切；

信息内容表层化，缺乏深度，有些信息报道重点把握不准，网民关注的关键信息语焉不详。此外，受资金、理念等因素影响，不少公益组织缺乏专业信息技术人才去运行、维护、研发网站。

三是网络公益组织的监督治理机制不健全。目前，我国还没有建立统一的公益行业标准、职业准则，网络公益动员者素质参差不齐，网络募捐受到的规范与约束不严，对个人虚假网络募捐约束不力。民政等部门对网络公益监管不够专业、不够及时、不够有效。公益组织行业与会计师行业的系统对接不够。我国缺乏专业机构对网络公益组织的绩效进行评价，也没有建立规范的行业准入与退出标准。此外，有些组织对公益项目的落实情况重视、监管、跟踪不够，这些都影响了共意动员的实效。

微观层面具体原因：

一是事前筛选机制缺失，在网络平台上对慈善众筹实施“零门槛”，没有明确划定慈善众筹的种类和范围，导致任何人因为任何事都能自主发起众筹；

二是事中跟进力度不够，网络众筹平台对发起人的实时情况没有及时跟进和更新，导致捐款公众不了解受捐人实际情况，捐款去向不明，同时，在保护慈善众筹发起人隐私权和捐款公众知情权的选择上，也面临信息公开的平衡难题；

三是事后监管主体责任不明，基于慈善众筹缺乏法律规制的大前提，到底由谁对慈善众筹进行管理和规范，目前没有定论，慈善众筹中出现的虚假求助、滥用尾款等行为缺乏惩戒机制。

[参考对策]

一是划定慈善公益的范围，确立发起众筹的标准。慈善法第四条规定，“开展慈善活动，应当遵循合法、自愿、诚信、非营利的原则”。在筛选慈善众筹项目时，可以从真实性、紧急性、合法性三个方面考量是否允许发起，只有同时具备这三个条件，才能允许慈善众筹项目在网络众筹平台上公布。

二是明确各方主体的权利义务内容。当前我国公开募捐平台服务管理办法中仅规定了网络众筹平台的提示义务，并没有规定实质审查义务，为虚假众筹者提供了可乘之机。为此，应当进一步明确网络众筹平台的审核责任和内容，明确平台及时更新众筹事项进展和钱款去向的信息公开义务。依据互联网信息服务管理办法的有关规定，网络服务提供者对网络众筹平台负有监管义务，一旦发现违法内容，应当及时断开网络链接，防止违法事项扩散传播。

三是引入惩戒机制，对滥用众筹款、虚假众筹等行为进行严厉打击，维护慈善众筹的“纯度”。慈善法规定，对“通过虚构事实等方式欺骗、诱导募捐对象实施捐赠的”情形，由民政部门予以警告、罚款等；“自然人、法人或者其他组织假借慈善名义或者假冒慈善组织骗取财产的，由公安机关依法查处”“违反本法规定，构成犯罪的，依法追究刑事责任”。此外，在对慈善众筹行为进行规范管理时，可以参照慈善法的规定执行，而不仅仅局限于适用合同法中对捐赠行为的法律规制。

国考热点预测七：滴滴等新兴公益平台崛起

近日，王凤雅事件在舆论场波澜迭起。王凤雅曾是河南太康一3岁癌症女孩，因家庭无法承担巨额治疗费用，其父母通过网络募捐平台水滴筹向社会求助，并得到了网友的慷慨相助，但最终不治身亡。由于募款信息缺乏公开透明和舆论误解，王凤雅父母被质疑涉嫌诈捐，最后在当地警方的调查下才得以澄清真相。王凤雅事件使具有较大影响力的互联网公益平台受到舆论审视，引发部分公众对互联网公益平台的质疑。

互联网公益平台亟待规范发展

2007年6月，腾讯公益慈善基金会成立，这是中国互联网第一家在民政部注册的全国性非公募基金会。如果从这一年算起，互联网公益在中国已经有11年的历史。互联网公益包括网络募捐和网络众筹等多种形式，特别是近年来，基于微博、微信、网络社群等社交媒介，互联网公益变得更加便捷化、快速化、社会化，成本更低、传播更快、效率更高，受到越来越多的捐助者和受助者的欢迎。数据显示，2017年全年，首批12家互联网募捐平台合计募集善款超25.8亿元，显示了互联网公益拥有的巨大募款能力。

然而也要看到，近年来，在互联网公益长足发展的同时，由此引发的一些负面舆情事件也不时出现。诸如网上炒的沸反盈天的王凤雅事件、罗一笑事件、“同一天生日”活动和伪慈善直播等，严重透支了网民的爱心和对互联网公

益的信任，给互联网公益笼罩了一层阴影。如何防止平台用户利用虚假资料发起募捐？如何确保善款用于爱心项目而不被挪用？如何保障捐款人的捐赠知情权？诸如此类问题都是舆论关注的焦点。

6月8日，人民日报刊文《网上献爱心，如何更放心？》，文章针对部分平台存在的审核机制不健全、资料真实性难保障等问题，引用上海市委党校副教授赵文聘的观点认为，在“泛公益”的背景下，平台除了要履行告知和信息披露的责任外，还应加强信息发布审核，营造互动性更强、透明度更高的流程，让社会公众看到更多的“明白账”“放心账”。

近日，《公益时报》一则新闻显示，民政部已对外公布“第二批互联网公开募捐信息平台名单”，美团公益、滴滴公益等互联网公益平台在列。目前，经过层层审查评定，已有20家互联网公开募捐信息平台取得民政部审查认定。民政部这一名单的发布，是规范互联网公益的一大举措，有利于促进互联网公益平台的合规性，加强对互联网公益平台的规范管理。在这些规范平台，慈善组织可放心发布公开募捐信息，网民也有了更为可靠、便捷的捐赠渠道，这无疑有利于互联网公益以公开促透明，以规范促发展，防止发生更多王凤雅事件。

当然，也要看到，还有很多网民选择在非规范平台发布公益募捐信息，如个人微博、微信朋友圈、视频客户端、众筹网站等，对于此类募捐平台和行为，如何加以规范尚未明确。中国传媒大学媒体法规政策研究中心副主任王四新认为，互联网筹款平台集聚全社会的善心，是可取的，但仍需逐渐完善。互联网公益的规范过程也是一个动态平衡的过程，从第一批名单到第二批名单，相信今后还可能让更多平台纳入合规监管的轨道。

滴滴等成为公益募捐优质平台

民政部公布的20家互联网募捐平台聚集了一批中国互联网巨头，如腾讯、淘宝、百度、京东、新浪、美团、滴滴等均在列，其数以亿计的用户量，为互联网公益提供了远超传统公益渠道的潜在捐赠群体。

以互联网出行平台滴滴为例，其2017年的平台用户达4.5亿，涉及全国400多个城市，全年提供移动出行服务达74.3亿次。又如外卖平台美团，其2017年用户数达2.5亿，覆盖城市超过1300个，日完成订单1800万，全年交易额达1710亿元。至于腾讯、淘宝、百度、京东、新浪等互联网巨头，更是占据了中国互联网用户的大多数。如此庞大的用户基数和丰富的产品运作模式，使其成为公益募捐的优质平台。

近年来，随着互联网公益平台的日益完善，各类无力医治的重大疾病患者、求学困难的贫困家庭少年儿童、农村无依无靠的孤寡老人、乡村免费午餐等求助项目，越来越倾向于通过互联网平台进行募捐或者众筹。腾讯公益官方网站数据显示，截至目前，历史爱心总人次超过1.6亿，历史善款总额超过35亿。依托新浪微博这个强大的社交平台，新浪微公益在互联网公益领域影响也较大，截至目前，微公益累计已有超过648万位爱心网友参与过捐款。

平台互动让互联网公益更有吸引力

互联网企业具有多样化的运作模式，其公益平台有条件通过各具特色的方式组织开展互动性公益活动，常常更具吸引力，用户的参与度也更高。

2015年6月，滴滴打车、招商地产与中国社会福利基金会“免费午餐基金”共同发起“家在情在，一路同行”公益活动，在活动期间，用户每通过滴滴完成一次订单，招商地产与滴滴即为免费午餐公益项目捐赠0.1元，最终捐赠金额达300万元。活动将用户的打车下单、关注公众号、抽大奖等行为融为一体，极大增强了活动的趣味性、用户参与积极性和企业品牌传播力。

2017年9月，美团与中华环境保护基金会共同设立“青山计划”专项基金，成为餐饮外卖行业首个绿色环保公益专项基金。2018年6月5日环境日，美团外卖“青山计划”推出“下环保订单领翻倍红包”活动，通过红包鼓励的形式倡导公众关注生态环境，参与环境保护。这一活动将环保与用户的外卖订餐行为相结合，实现了用户、企业和环保的良性互动。

滴滴、美团等新兴公益平台的崛起，给互联网公益引入了新的清流活水。随着拥有亿量级用户的规范化互联网公益平台日益走进舞台中央，王凤雅等事件带来的舆论雾霾或将逐渐散去，互联网公益必将逐渐走出时有折腾的蛮荒时代，迎来更加美好的明天。

国考热点预测八：健康中国建设

[权威论述]

良好的生态环境是人类生存与健康的基础。——习近平

没有全民健康，就没有全面小康。——习近平

卫生与健康问题如果不能得到有效解决，必然会严重影响人民健康，制约经济发展，影响社会和谐稳定。——习近平

健康是幸福之基。——李克强

[提出背景]

改革开放以来，我国经济发展迅猛，随着现代化建设进程的深入推进，人们的物质生活越来越丰富，丰衣足食的基本需求得到了很好的满足，但是，由生活压力增大、环境质量不佳、不安全食品问题较突出等因素而导致的健康问题却愈来愈突出，人们对健康的渴求也因此而变得越发强烈。

健康不仅是没有疾病及虚弱现象，还是指身体上、精神上和社会适应上的完好状态，这是世界卫生组织给健康下的定义。它包含了躯体健康、心理健康和具有社会适应能力三个基本要素。身体健康是心理健康的物质基础，心理健康是身体健康的精神支柱；身体状况的改变可能带来相应的心理问题，生理上的缺陷、疾病，特别是痼疾，往往会使人产生紧张、焦躁、忧虑、抑郁等不良情绪，导致各种不正常的心理状态，这种不正常的心理状态又影响人的身体健康。

有数据显示，目前中国亚健康人群占了 70%！这意味着 100 个人当中，就有 70 个人是处于亚健康的状态。亚健康更多的是心理健康的问题。随着生活和工作节奏的加快，社会竞争压力增大，生活压力在不断飙升，很多人在工作、学习、生活、人际关系和自我意识等方面都会遇到心理失衡现象。特别是在科学技术高度发达的今天，人们都侧重于身体的健康，而忽略了心理健康。

此外还应看到，我国健康问题叠加的严峻形势，慢性病、传染病双重疾病负担日益加重，新发传染病的严重威胁不容忽视；新型城镇化、人口老龄化、疾病谱变化要求医疗保障和医疗卫生服务更加公平可及；环境污染和食品安全成为影响健康的重要因素。在这种大背景下，“健康中国”以国家战略的方式，呵护人们的健康需求，体现了党和国家对人们需求与望的高度重视和大力支持。

[意义]

一是拥有健康的国民意味着拥有更强大的综合国力和可持续发展能力。卫生计生工作覆盖全人口、呵护生命全过程、竭诚服务全天候，为维护和促进国民健康发挥着重要作用。推进健康中国建设新目标的提出，不仅凸显了党和国家对保护国民健康的高度重视和坚定的政治决心，也有利于以人民群众健康需求为导向，以提高健康水平为目标，动员全社会参与，切实加强对国民健康重大和长远问题的有效干预，不断提高中华民族健康素质。

二是推进健康中国建设是落实“四个全面”战略布局推动深化医改的必然要求。党中央、国务院把卫生计生等民生事业摆在协调推进“四个全面”的重要位置，把深化医改作为保障全体人民“病有所医”的关键举措加以推进，取得了重大阶段性成效。而推进健康中国建设新目标的提出，则更加有利于进一步凝聚起攻坚克难的信心和决心，推动解决制约事业发展和国民健康改善的全局性、根本性和长期性的问题。

三是推进健康中国建设是稳增长、促改革、调结构、惠民生的必然要求。推进健康中国建设新目标的提出，为发展智力和劳动密集、绿色低碳的健康服务业带来机遇，不仅有利于直接拉动内需、扩大就业，应对当前经济下行压力；还可以极大带动医药、信息、装备制造等相关产业以及医疗康复、老年护理、健康管理、健身养生等新兴产业发展，加快结构调整，促进发展方式转变，满足人民群众日益增长的多层次多样化健康新需求。

[存在问题]

体制机制创新有待进一步强化。我国医疗卫生服务体制改革尚处在进程中，一些体制性、机制性和结构性的深层次矛盾依然存在，“看病难、看病贵”的问题仍未得到根本解决。过度治疗（包括过度诊断、过度检查、过度用药）现象仍然存在。改革协调联动不足；各项医疗保障制度尚未形成无缝衔接，重特大疾病保障机制有待进一步建立健全；药价虚高现象仍不同程度地存在，综合施策控制医药费用不合理过快增长的机制尚待建立。

深化医药卫生体制改革不到位。“看病难”问题仍然突出。优质医疗资源被虹吸到大医院，医疗服务提供“倒三角”格局改观有限。据国家卫计委统计，2016年10月，全国医疗卫生机构诊疗人次共6.4亿，其中，社区卫生服务中心(站)0.6亿人次，乡镇卫生院0.8亿人次，两者门诊量之和约占全部诊疗人次的六分之一。2016年1—10月，三级公立医院次均门诊费用为291.3元，二级公立医院为189.5元，三级公立医院人均住院费用为12872.7元，二级公立医院为5569.3元。患者医疗费用、个人卫生支出占卫生总费用比重降至30%以内，公平性有所改善，但与世界卫生组织提出的10%~15%的公平筹资体系还有一定差距。

医保基金运行存在风险。由于我国已进入全民医保时代，医保的扩面已无空间，由扩面牵动的基金收入增长效应也将微乎其微。按2000—2015年全国城镇职工基本医疗保险基金收入年平均增幅19.75%、支出年平均增幅21.43%的增长率推算，2029年城镇职工基本医疗保险基金将可能出现当期收不抵支的现象。与此同时，过度医疗、药价虚高现象均会加重医保基金运行的风险。

外部因素对推进健康中国带来深刻影响。随着工业化、城镇化、人口老龄化进程加快，经济发展进入新常态，平均期望寿命延长，健康危险因素增多，慢性病成为主要疾病负担。据《中国心血管病报告2015》，心血管病死亡居城乡居民总死亡原因首位，农村为44.6%，城市为42.51%。2014年以来，心血管疾病的住院费用年均增长速度分别为32.02%、18.90%和24.96%。医疗资源总量不足、卫生服务需求不断增加的结构性矛盾将给健康中国建设带来严峻挑战。

政府财政投入需加大。“健康中国2030”战略提出，到2030年，主要健康指标基本达到中等发达国家水平，要加大健康投入，卫生总费用占GDP的比重达到6.5%~7%。2014年，我国卫生总费用占GDP百分比为5.56%，医疗卫生财政支出占国家财政支出的比重为6.65%，与2030战略目标仍有一定距离，与发达国家相比仍存在较大差距。

另外，在政策推行过程中，因执行主体的素质缺陷和利益倾向、责任与监督机制缺乏、政策解读偏差等，政令不通、执行不力的现象时有发生。

[对策措施]

一是提供覆盖全民的基本公共卫生服务，加强重大疾病的防治。

二是健全优质、高效、整合型的医疗卫生服务体系，完善分级诊疗制度，努力为居民提供全生命周期的健康管理和服

三是健全医疗保障体系，完善药品供应保障机制。

四是要建设健康的社会环境。我们说一个人的健康影响因素很复杂，包括社会环境的影响，所以要从大健康、大卫生的角度，来共同治理环境污染、食品安全等等，要建设一个健康的社会环境。

五是发展健康产业。建设健康中国，要加强健康产业的发展，重点扶持自主研发药品、医用耗材、医疗器械和大

六是培育自主自律的健康行为，提高居民的健康素养，把健康的“金钥匙”交给群众，放到我们全体人民自己手里。

国考热点预测九：加强文化自信 讲好中国故事

《十九大报告》：文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴国运兴，文化强民族强。没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴。要坚持中国特色社会主义文化发展道路，激发全民族文化创新创造活力，建设社会主义文化强国。

(一)问题表现

1. 文化发展原创性不足。

随着我国对外开放的进程日益深化，不同国家之间文化交流日益频繁，我们在大规模借鉴吸收国外先进文化同时，对于文化的创新不够重视，一味的吸收借鉴，而忽视了文化创新。

2. 文化发展缺乏有效的体制机制保障。

当前，我国文化管理体制单一，相关文化部分只能混乱，文化资产得不到有效配置，文化市场得不到规范化管理，文化立法缺失使得文化不能充分发挥为大众服务的作用。

3. 文化产业发展滞后，文化建设难以转化为有效生产力。

相比于西方发达国家，我国的文化建设远未形成产业化态势，文化向现实生产力转化能力弱，没有形成现代文化产业体系。

(二) 原因分析

1. 思想重视不够，缺乏创新意识。

2. 国外文化渗透。

(三) 影响分析

1. 加强文化建设是满足人民群众日益增长的精神文化需求的迫切需要。

2. 加强文化建设是增强国家软实力和提高国际竞争力的迫切需要。

3. 加强文化建设是实现中华民族伟大复兴中国梦的迫切需要。

(四) 提出对策

1. 牢牢掌握意识形态工作领导权；

2. 培育和践行社会主义核心价值观；

3. 加强思想道德建设；

4. 繁荣发展社会主义文艺；

5. 推动文化事业和文化产业发展。

国考热点预测十：坚定文化自信 推动文化兴盛

文化兴国运兴，文化强民族强。没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族的伟大复兴。党的十八大以来，习近平总书记就中国特色社会主义文化建设提出一系列富有时代性、原创性、民族性的重大理论观点。在日前召开的全国宣传思想工作会议上，习近平总书记对“兴文化”作出重要阐释。这些重要论述，为推动社会主义文化繁荣兴盛、建设社会主义文化强国提供了根本遵循。

坚定文化自信

坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信，说到底是要坚定文化自信。“四个自信”的提出是重大理论突破。党的十九大明确将中国特色社会主义文化同中国特色社会主义道路、理论、制度一道，作为中国特色社会主义的重要组成部分，强调要增强“四个自信”，反映了我们党对文化地位和作用认识的极大深化，体现了我们党高度的文化自觉和文化担当，具有深远的理论意义和实践价值。习近平总书记强调，一个没有精神力量的民族难以自立自强，一项没有文化支撑的事业难以持续长久。文化自信彰显了中国特色社会主义内在的文明内涵和价值底蕴，成为支撑中国特色社会主义发展、建设社会主义文化强国的强大精神力量。文化自信使中国特色社会主义的发展经验和历史成果得以在文明的层次得到总结和提升，成为中国走向世界的更基础、更广泛、更深厚的自信，必将极大提高中国特色社会主义的吸引力和凝聚力。

坚持马克思主义指导地位

马克思主义始终是我们党和国家的指导思想，是我们认识世界、把握规律、追求真理、改造世界的强大思想武器。习近平总书记强调，在坚持马克思主义指导地位这一根本问题上，我们必须坚定不移，任何时候任何情况下都不能有丝毫动摇。尤其是在价值观念分化多元、意识形态斗争复杂尖锐的时代大环境下，坚持对马克思主义的信仰、坚定共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想是事关道路、事关党和国家前途命运的根本问题。新时代下，坚持马克思主义的指导地位，就要锲而不舍推进马克思主义中国化时代化大众化，就要学懂弄通习近平新时代中国特色社会主义思想这一马克思主义中国化的最新成果，以中国实践为立足点，克服本本主义、教条主义，以伟大理论指导伟大实践，引领党和国家事业全面开创新局面。同时，我们要结合时代条件，广泛运用多媒体和互联网等新兴技术，使马克思主义的传播更加生动鲜活，使马克思主义借助人们喜闻乐见的形式走出书本、走向人民群众。

坚守中华文化立场

党的十九大报告指出，“坚持创造性转化、创新性发展，不断铸就中华文化新辉煌”“中国共产党从成立之日起，既是中国先进文化的积极引领者和践行者，又是中华优秀传统文化的忠实传承者和弘扬者”。这些论述充分显示了我们的文化自觉以及对传承发展中华优秀传统文化的使命担当。中华优秀传统文化蕴含的思想观念、人文精神、道德规范为中华民族生生不息、发展壮大提供了强大精神支撑，今天仍然潜移默化地影响着中国人的思维方式和行为方式，是我们最深厚的文化软实力。我们要秉持客观、科学、礼敬的态度，坚守中华文化立场，推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展，在立足时代要求的基础上，融通传统文化与当代实践，使中华优秀传统文化获得时代内涵和现代表达形式，展现出永久魅力和文化风采。中国特色社会主义进入新时代，中华优秀传统文化将彰显出更加磅礴的精神力量，成为建设社会主义文化强国的精神支撑。

培育和践行社会主义核心价值观

培育和践行社会主义核心价值观是构筑中国精神、中国价值、中国力量的内在要求。在党的领导下，中华民族迎来了从站起来、富起来到强起来的伟大飞跃，中国走向社会主义现代化强国的过程，同时也是中国人民面对各种风险挑战不断团结奋斗的过程。凝聚最广大人民形成奋斗合力，需要坚持用社会主义核心价值观凝心聚力。社会主义核心价值观反映了全国各族人民共同认可的价值观“最大公约数”，是当代中国精神的集中体现，具有广泛的思想共识和价值认同。在新的社会条件下，进一步发挥社会主义核心价值观的引领作用，要更加自觉地从培养担当民族复兴大任的时代新人这一目标出发，把“培育什么样的价值观”同“培养什么样的人”紧密结合起来，使抽象的价值原则与具体的生活实践、人格养成相结合，在落细、落小、落实上下功夫。要以培育和践行社会主义核心价值观为抓手，全面提高全社会思想道德水平，深入挖掘和阐发中华优秀传统文化的时代价值，使中华优秀传统文化成为涵养社会主义核心价值观的源泉。

繁荣发展社会主义文艺

社会主义文艺是人民的文艺。文艺是时代前进的号角，在反映时代风貌、引领时代风气等方面具有重要作用。习近平总书记文艺工作座谈会上强调指出，实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦，文艺的作用不可替代，文艺工作者大有可为。繁荣社会主义文艺最关键的是必须坚持以人民为中心的创作导向。只有在感情上真挚地热爱人民，文艺工作者才能扎根人民和生活，创造出为人民抒写、为人民抒情、为人民抒怀的伟大作品。广大文艺工作者要把为人民服务作为天职，处理好社会效益和经济效益的关系，以真善美的文艺力量观照社会现实，鼓舞人民前进。把爱国主义作为文艺创作的主旋律，坚持和弘扬中国精神，引导人民树立正确的历史观、民族观、国家观、文化观，以文化人，以文育人，增强做中国人的骨气和底气。

坚持党对意识形态工作的领导权

意识形态关乎旗帜、关乎道路、关乎国家政治安全。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视意识形态工作，作出一系列重要部署，开创了意识形态工作的新局面。党的十九大报告指出，“牢牢掌握意识形态工作领导权”。习近平总书记强调，“意识形态工作是党的一项极端重要的工作”“不断增强社会主义意识形态的凝聚力和引领力”。做好意识形态工作，关键在党。要严格落实意识形态工作责任制，做到守土有责、守土负责。敢于在意识形态领域亮剑，发扬斗争精神，始终站在意识形态斗争第一线，支持正确思想言论，抵制错误思潮。加强阵地意识，抓好阵地建设和管理，全面改善社会主义意识形态的传播环境。特别是随着互联网的快速发展，要坚决打赢网络意识形态斗争，巩固壮大互联网上的主流思想舆论，建立网络综合治理体系，营造清朗的网络空间，确保互联网可管可控。同时，要做好对外宣传和传播工作，推进国际传播能力建设，构建融通中外的话语传播体系，讲好中国故事，为中国改革开放创造更好的外部环境，争取国际社会的广泛支持。

国考热点预测十一：人工智能

[权威论述]

我们正处在一场极为深刻的科技革命和产业变革的进程当中！必须紧跟前沿、抢抓机遇，通过机制体制创新来适应这一革命性的变化。——李克强

要紧紧跟踪新一轮科技革命和产业变革的脚步，千万不能沦为新的“科盲”！——李克强

〔发展趋势〕

人工智能发展进入新阶段。经过 60 多年的演进，特别是在移动互联网、大数据、超级计算、传感网、脑科学等新理论新技术以及经济社会发展强烈需求的共同驱动下，人工智能加速发展，呈现出深度学习、跨界融合、人机协同、群智开放、自主操控等新特征。大数据驱动知识学习、跨媒体协同处理、人机协同增强智能、群体集成智能、自主智能系统成为人工智能的发展重点，受脑科学研究成果启发的类脑智能蓄势待发，芯片化硬件化平台化趋势更加明显，人工智能发展进入新阶段。当前，新一代人工智能相关学科发展、理论建模、技术创新、软硬件升级等整体推进，正在引发链式突破，推动经济社会各领域从数字化、网络化向智能化加速跃升。

人工智能成为国际竞争的新焦点。人工智能是引领未来的战略性技术，世界主要发达国家把发展人工智能作为提升国家竞争力、维护国家安全的重大战略，加紧出台规划和政策，围绕核心技术、顶尖人才、标准规范等强化部署，力图在新一轮国际科技竞争中掌握主导权。当前，我国国家安全和国际竞争形势更加复杂，必须放眼全球，把人工智能发展放在国家战略层面系统布局、主动谋划，牢牢把握人工智能发展新阶段国际竞争的战略主动，打造竞争新优势、开拓发展新空间，有效保障国家安全。

人工智能成为经济发展的新引擎。人工智能作为新一轮产业变革的核心驱动力，将进一步释放历次科技革命和产业变革积蓄的巨大能量，并创造新的强大引擎，重构生产、分配、交换、消费等经济活动各环节，形成从宏观到微观各领域的智能化新需求，催生新技术、新产品、新产业、新业态、新模式，引发经济结构重大变革，深刻改变人类生产生活方式和思维模式，实现社会生产力的整体跃升。我国经济发展进入新常态，深化供给侧结构性改革任务非常艰巨，必须加快人工智能深度应用，培育壮大人工智能产业，为我国经济发展注入新动能。

人工智能带来社会建设的新机遇。我国正处于全面建成小康社会的决胜阶段，人口老龄化、资源环境约束等挑战依然严峻，人工智能在教育、医疗、养老、环境保护、城市运行、司法服务等领域广泛应用，将极大提高公共服务精准化水平，全面提升人民生活品质。人工智能技术可准确感知、预测、预警基础设施和社会安全运行的重大态势，及时把握群体认知及心理变化，主动决策反应，将显著提高社会治理的能力和水平，对有效维护社会稳定具有不可替代的作用。

〔挑战与问题〕

人工智能发展的不确定性带来新挑战。人工智能是影响面广的颠覆性技术，可能带来改变就业结构、冲击法律与社会伦理、侵犯个人隐私、挑战国际关系准则等问题，将对政府管理、经济安全和社会稳定乃至全球治理产生深远影响。在大力发展人工智能的同时，必须高度重视可能带来的安全风险挑战，加强前瞻预防与约束引导，最大限度降低风险，确保人工智能安全、可靠、可控发展。

同时，也要清醒地看到，我国人工智能整体发展水平与发达国家相比仍存在差距，缺少重大原创成果，在基础理论、核心算法以及关键设备、高端芯片、重大产品与系统、基础材料、元器件、软件与接口等方面差距较大；科研机构和企业尚未形成具有国际影响力的生态圈和产业链，缺乏系统的超前研发布局；人工智能尖端人才远远不能满足需求；适应人工智能发展的基础设施、政策法规、标准体系亟待完善。

〔参考对策〕

科技引领。把握世界人工智能发展趋势，突出研发部署前瞻性，在重点前沿领域探索布局、长期支持，力争在理论、方法、工具、系统等方面取得变革性、颠覆性突破，全面增强人工智能原始创新能力，加速构筑先发优势，实现高端引领发展。

系统布局。根据基础研究、技术研发、产业发展和行业应用的不同特点，制定有针对性的系统发展策略。充分发挥社会主义制度集中力量办大事的优势，推进项目、基地、人才统筹布局，已部署的重大项目与新任务有机衔接，当前急需与长远发展梯次接续，创新能力建设、体制机制改革和政策环境营造协同发力。

市场主导。遵循市场规律，坚持应用导向，突出企业在技术路线选择和行业产品标准制定中的主体作用，加快人工智能科技成果商业化应用，形成竞争优势。把握好政府和市场分工，更好发挥政府在规划引导、政策支持、安全防范、市场监管、环境营造、伦理法规制定等方面的重要作用。

开源开放。倡导开源共享理念，促进产学研用各创新主体共创共享。遵循经济建设和国防建设协调发展规律，促进军民科技成果双向转化应用、军民创新资源共建共享，形成全要素、多领域、高效益的军民深度融合发展新格局。积极参与人工智能全球研发和治理，在全球范围内优化配置创新资源。

国考热点预测十二：文化泛娱乐化

内涵分析]

文化泛娱乐化，简单地说就是娱乐价值被推至文化的一切领域，是否有娱乐性、能否取乐成为衡量文化产品价值的法则。一般来讲，文化泛娱乐化的特点体现在内容庸俗化、意义虚无化、创作趋同化 三个方面。

在“娱乐至上”的价值追逐中，历史可以被戏说，经典可以被篡改，崇高可以被解构，英雄可以被调侃。近年来层出不穷的“杜甫很忙”“李白很酷”等名人恶搞事件，各类选秀、真人秀的强力圈粉，都是文化泛娱乐化的表现。追求上座率、获得收视率、博取点击率是文化泛娱乐化背后的动力，受众心理上图消遣、求轻松、避思考的倾向是文化泛娱乐化赢得市场的重要原因。文化泛娱乐化以消费、技术、快感、世俗等因素的融合消解文化的深度与厚度，当众多严肃的新闻、正统的历史、经典的叙事以“娱乐”包装的形式呈现时，其负面作用不可小觑。

[影响]

文化泛娱乐化带来的最大问题，就是社会价值观念和中华民族共有精神家园受到侵蚀。“我们是谁”“我们从哪里来”“我们到哪里去”，这是每一个国家和每一个民族都要面对的哲学追问，帮助求解这些追问是文化的深层意义与存在价值。文化泛娱乐化信奉娱乐至上，动摇了对“我们是谁”的认知，模糊了对“我们从哪里来”的追寻，弱化了对“我们到哪里去”的引领，是对社会价值观和人们精神家园的侵蚀。

首先，文化泛娱乐化冲击主体身份认同，动摇对“我们是谁”的认知。主体身份认同是主体对自我身份的认可与赞同。中华民族从某种意义上说就是基于“我们是中华儿女”身份认同而形成的文化共同体，民族文化能够帮助回答“我们是谁”的追问。然而，文化泛娱乐化在戏说、调侃、恶搞中解构宏大叙事，使民族文化碎片化，动摇了对“我们是谁”的认知。

其次，文化泛娱乐化冲淡民族历史记忆，模糊对“我们从哪里来”的追寻。民族历史记忆具有唤醒民族情感、强化国家认同的重要功能，它让我们知道“我们从哪里来”。文化泛娱乐化将娱乐价值置于历史价值之上，为了娱乐可以随意篡改、编造历史，为历史虚无主义的传播推波助澜，模糊了对“我们从哪里来”的追寻。

最后，文化泛娱乐化消解社会主义核心价值观，弱化对“我们到哪里去”的引领。社会主义核心价值观是当代中国精神的集中体现，也是当代中国发展的价值引领。文化泛娱乐化背后充斥的物质欲望、个人主义等与社会主义核心价值观背道而驰，弱化对“我们到哪里去”的引领。

[参考对策]

第一，要提高娱乐节目的文化品格。现代人的娱乐体验必须要有一定的文化品格做支撑，娱乐也需要表达真性情，显露真情怀，而不是营造虚假的情感氛围，一味搜奇猎艳和追求媚俗的低级趣味，制造文化“垃圾”。对于一些娱乐节目制作机构来说，要把优秀的历史、文化、科教等知识融入节目中，使其体现出高雅的文化品格。娱乐节目与高雅的文化品格并不是互相矛盾的，两者完全可以融合在一起。只要创作者本着提高大众文化素养和精神追求的目的，做到雅俗结合、深入浅出、生动有趣，一定会吸引更多观众。受众也要充分发挥主观能动性，提高文化素养和审美鉴赏能力，对过度娱乐化的节目保持清醒的批评意识，拒斥低俗庸俗恶俗的内容，这样才能倒逼娱乐节目不断提高文化品质。

第二，要以正确的价值观引导娱乐节目的发展方向。娱乐节目既然面向大众，本身就具有一定的社会责任，需要传播积极正确的价值观。真正富有意义的娱乐节目，可以使我们在观看时思考人生哲理，体验人与人的真情沟通，从而在身心舒展的过程中得到精神的愉悦和提升。我们要通过高质量的娱乐节目和娱乐形式传递真善美，传递向上向善的价值观，引导人们增强道德判断力和道德荣誉感，向往和追求讲道德、尊道德、守道德的生活。只有这样，才能最大程度地发挥娱乐节目的社会功能，避免其陷入过度娱乐化的境地。

第三,要加强娱乐节目生产的制度建设。娱乐节目的生产不能是混乱无序的,国家相关管理机构应当加强统筹规划,使其更好地满足人民群众的文化需求。我们要健全娱乐节目生产的制度体系,建立灵活包容又不失理性秩序的良性运行机制。近年来,面对娱乐节目存在的问题,国家新闻出版广电总局针对各大卫视制作播出的娱乐节目,加强了相应的治理和规范,旨在发挥监管职能、加强审核力度、促进娱乐节目健康发展。特别是对于节目雷同抄袭、无底线恶搞等现象提出了相应的整改和处罚措施,这对于提升娱乐节目品质、优化内容结构,以及提升原创力等都产生了积极的作用。只有根据新的时代特点不断提升管理水平,制定恰当的规范措施,才能更好地实现引领娱乐节目发展的目的。

国考热点预测十三：：追寻意义，走出“泛娱乐化”

“泛娱乐化”背后，其实是对历史的一种“去价值化”。无所谓真相、无所谓真理，是非成败、高尚卑劣都不过尔尔，真可谓“节操碎了一地”

一段时间以来，各种“抗日神剧”“宫廷戏说”“名著改编”，总会引来很多质疑之声。那些不顾史实乃至常识的粗制滥造，那些既无意思更无意义的胡编乱造，让人反感，却也提出了这样一个问题：在信息爆炸、观点多元、文化多样的今天，应该怎么用好历史资源、做好历史传播，真正让历史对时代说话、向公众发言？

脱下沉重、刻板、僵硬的外衣，换上轻盈、生动、鲜活的步伐，历史的“轻松”背后是社会进步、思想解放的表现。然而，以戏说代替正说，以调侃代替中立，以消费历史代替认识历史，以娱乐历史代替思考历史，可能就跌进了“泛娱乐化”的陷阱——历史变成了市场上的快消品、屏幕里的调味品，变成了抖一个个包袱、造一个个笑料。

“在娱乐化的潮流中，人们主张对事物和人物不作评价，尤其是不作道德价值上的判断。并不是认为这很困难，而是认为毫无必要。”“泛娱乐化”背后，其实是对历史的一种“去价值化”。一切都可以被恶搞、一切都可以被消费，饭局中就难免出现诋毁先烈的唱段，电视里就难免出现奇言怪行的英雄。在这样的历史观看来，无所谓真相、无所谓真理，是非成败、高尚卑劣都不过尔尔，真可谓“节操碎了一地”。

当历史仅归于娱乐之时，也就是历史被虚无主义绑架之时，这直接瓦解着社会的价值底座、人们的精神信仰。正如学者的告诫，如果“我们的政治、宗教、新闻、体育和商业都心甘情愿地成为娱乐的附庸”，最后必然是“我们成了一个娱乐至死的物种”。看看那些起哄让秦桧在岳飞面前“站”起来的，那些围观邱少云“特殊生理结构”的，那些瞎传“村民出卖狼牙山五壮士”的，那些连抗战都可以无所顾忌消费戏谑的……娱乐化一旦过度膨胀，其必然的结果就是审美取向感官化，价值取向虚无化，政治取向戏谑化，道德取向去崇高化。

尤其需要警惕的是，这样一种泛娱乐化的历史观，近年来开始弥散到一些肩负讲解史实、传承精神的专业人士身上。有文化工作者把历史当消费，热衷于“戏说”、青睐于“颠覆”；有专家学者把浅薄当学术，花大量功夫研究“大禹三过家门而不入是有婚外情”“李清照词句证明她是好赌好色之人”；有教育工作者把媚俗当创新，穷尽资料只是为了证明孔子有私生子、推论李白是“大唐第一古惑仔”……这些虽然不是主流，但这种“娱乐”示范，同样会产生“愚乐”效应，尤其是对那些价值观尚未定型、鉴别力还有欠缺的青少年。

其实，很多名篇名著，都是从历史中汲取灵感。远有《三国演义》演绎历史沉思天下大势，近有《故事新编》以古喻今反思社会现象，无论是“我注六经”还是“六经注我”，都可以更好地让历史说话。而以通俗的方式、大众的视角讲“历史故事”，让公众在“悦读”“悦览”中有所悟、有所得，同样有利于传播历史。但是，无论怎样的“历

史讲述”，都需要抱有对历史的“温情与敬意”，守住一条基本的底线，那就是不能罔顾常识、颠倒黑白，更不能消解价值、解构意义。尊重历史而不是调侃历史，敬畏历史而不是消费历史，才是“再创造”时需有的历史观。

“低俗不是通俗，欲望不代表希望，单纯感官娱乐不等于精神快乐”；国难娱乐化、国耻戏谑化，这类现象“必须引起高度重视”。无论是在文艺座谈会上，还是政治局集体学习中，习近平总书记的讲话直击要害。事实上，那些无聊无趣的作品，不可能有长久的生命力。有网站调查显示，76.97%的人认为革命战争题材影视剧的创作，应坚持“严肃化，坚决基于实事还原历史真实一面”。这是对那些“手撕鬼子”“裤裆藏雷”“石头打飞机”的“抗战神剧”的有力棒喝，更是拒绝历史“泛娱乐化”的民意体现。

“历史上都写着中国的灵魂，指示着将来的命运”。站在抗战胜利70周年这个节点，往回看，百余年沧桑变化的中国近代史，5000多年灿烂辉煌的华夏文明史，构建起我们民族最有力的精神底座。向前看，民族复兴中国梦的愿景，成为亿万人民前行的根本动力。端正我们的历史观，以开放姿态拥抱历史，以真诚敬畏对待历史，触摸民族的灵魂、把握精神的脉络，我们才能担负起历史使命，走向更远的未来。

国考热点预测十四：共享养老

[特点与产生的原因]

“共享居家养老模式”的特点体现为两个方面，一是“共享”，二是“居家”。具体做法是，由社区把愿意从事家政服务、老人护理服务的剩余劳动力以及爱心志愿者组织起来，成立专业化的服务机构，根据社区老人的实际需要，进行资源分配和共享，实现供需之间的有机结合并催生化学反应。

共享的本质是资源的交换与分配，实现均享并力求精准化。据预测，本世纪中叶，我国老年人口数量将超过4亿，达到峰值。中国已进入老龄化社会，社会养老机构的不足，优质公办养老机构资源紧缺而“一位难求”，民营养老机构收费过高“难以进入”，加之粗放化的管理导致问题重重，居家养老既照顾了老人们在家养老的传统，又缓解了社会化养老的资源短板，不失为解决当下养老问题的次优选择，也是传统养老模式社会化的有效探索。

从理论上说，共享养老模式为居民养老提供了一种新的选择，有助于完善社区的养老功能，提升社区养老的质量。“共享养老”能够把养老服务的潜力充分挖掘出来，有效整合调度社区内零星、分散、潜在的养老服务资源，使养老服务更精准，更高效，也能够提供更多的就业服务机会，给老人提供更多养老便利，减轻养老负担。“共享养老”也将一家一户的个人养老、封闭式养老提升为集体养老、社会养老、开放式养老，有助于社区居民增强共同养老的意识和集体责任意识。

[优势]

一是最大化实现了居家养老的传统。在浙江，一项调查显示，居家养老服务最符合中国人的传统习惯，96%以上人员赞成。全国层面，有关数据反映，60%左右的老人希望在居家养老。由于公立和民营的养老机构都存在先天不足，加之众口难调无法满足个性化需求，公众选择的兴趣不高。在尊重意愿和事实的情况下，去推行社会化养老的模式，以让传统与现代的有机结合，社区化居家养老模式是一个很好的切口。

二是充分发挥了互联网的技术优势。互联网技术的升级，足以解决资源分配中的空间局限，大数据的充分运用，更能实现资源要素的最佳结合。外化的“互联网+”或者“+互联网”，实质为互联网思维的延伸与运用。共享单车也好，共享汽车也罢，或者是方兴未艾的共享经济，本质上都是依托于互联网的共享模式。“共享居家养老模式”的最大特点，就是通过互联网联起了供需之间的两端，并通过技术性处理和对接，达到了个性对个性，多元对多元，“菜单式需求”与“精准化供给”的完美结合。

三是发挥了社会资源的重新组合功能。居家养老，是应对人口老龄化的最佳方式。但是居家养老对资源的要求极高，离不开扎实的基础作为支撑要件，比如养老护理员队伍建设的建设，医疗，保险，心理咨询，老年健身，老年大学、旅行与养老服务机构和多方联动，都是现实中亟待解决的问题。要促进这一模式的健康发展，既需要对现有的资源进行挖潜，又需要补充新的资源要素，在重新排列组合中实现效率的最优化。

四是破除了社区养老的既有困局。社区居家养老可行的问题，亦成为当下最大的制度性障碍。尽管这一模式在各地不断得到推崇，然而也暴露出一些先天不足的问题。相比于养老院集中养老的优势，居家养老的弱势在于配套不全、人才缺乏、服务滞后，模式优势未能得到最大化呈现，与预期有很大的差距。“共享居家养老模式”发挥了社区的共享资源，节约资源，提高了服务人员的服务效率，是在各地不断总结自选动作的基础上，基于现实的破题之举，可资借鉴和效仿。

要把“共享养老”落到实处，要把功夫用在“概念共享”“理论共享”之外，扎扎实实练好内功，抓住关键点，夯实细节。

首先，政府应该积极参与、大力支持“共享养老”模式，除了在政策上开绿灯，还要购买养老社会服务、提供养老补贴，从而实现“政府担一点，养老家庭买一点，志愿者献一点”的养老成本多元化分担模式，真正体现“共享养老”的公益性，为“共享养老”的健康长远发展打下基础。

第二，社区要付出更多责任，建立健全“共享养老”的管理机制，构建“共享养老”的信息共享平台，合理分配服务资源，使养老需求与服务供给能够及时高效对接，全面准确记载与养老服务有关的档案信息。

第三，社区居民要本着利己利人的出发点增强“共享养老”的参与意识、奉献意识，多付出养老爱心和责任，多为“共享养老”贡献力量，存储“工时”，如此，“共享养老”的火才能越烧越旺，社区居民才能共同受益。

国考热点预测十五：知识付费

〔原因〕

一方面，现代人学习付出的最大成本不是金钱而是时间。许多人意识到，为了省钱而花大量时间去学习没用的甚至是错误的内容，得不偿失。知识付费之优势在于，专业人士已将知识进行了一遍过滤和加工，变成“压缩饼干”，节省了你的时间、提高了你的效率。

另一方面，作为知识付费的主要目标客户，90后、80后人群不但具备较强的消费能力，还有更潮的消费观念，愿意为知识付费，以补传统的分科教育、应试教育之不足。

〔意义〕

知识付费就像一条突然闯入的鲶鱼，搅活知识消费这个池塘。对于内容提供者来说，将专业知识变现，还能卖个好价钱，体现了知识的价值与尊严。一个经济学家在经营学问、济世安民之余，还有不菲收入，过上体面生活，结果堪称完美。对于付费的知识而言，因为用户只愿意为优质内容埋单，所以必须是专业、严谨、独到的“干货”，才能让用户心甘情愿地掏钱。强调用户体验的互联网特性，形成倒逼机制，迫使内容提供者不断提升付费知识的内涵与价值。

知识付费不仅是对知识的尊重和知识变现的一种方式，还是知识价值的体现和自然甄选。一旦进入付费模式，消费者就会慎重选择，那些没有营养的“知识”就会被自然淘汰。换言之，知识付费可以实现对信息的自动净化，起“良币驱逐劣币”之功效，屏蔽掉一些低俗的、不实乃至毫无价值的信息，倒逼知识的生产输送者树立精品意识，从而让公众接受和获得更多有价值的信息。

〔问题〕

网络平台用一种标准化合约交易的方式实现知识付费，是一种交易方式的创新，简单、直接、高效，价值不言而喻。唯其如此，各路资本纷纷看好这一领域，伺机进入。市场越来越大，消费者可选择的范围越来越大，但是，如果管理跟不上，市场也可能慢慢被玩坏。从内容生产角度，除了服务合同、消费关系、著作权和隐私权保护等领域存在风险，还存在产品质量问题。譬如，为了吸引消费者，个别知识付费频道存在产品营销等现象。从消费者角度，货不

对板、影响用户体验是最大困扰。比如，有消费者花了上千元向某个名人提问题，结果对方回答“不清楚”。这种情况应该怎么办？或者，回答者“顾左右而言他”。提问者认为不够全面，价值不大。

[参考对策]

一则需要这些知识货真价实。据了解，用户愿意付费的内容大致有两类：一类是具有强 IP 效果的经验、知识，另一类是因版权限制不得不付费的内容。例如高晓松和罗永浩所开设的付费音频专栏，以及一些网络“大 V”开设的网络专栏，其本身就有一大批“粉丝”拥趸，不乏“粉丝”为其买单。不过，内容提供者们都很清楚，用户只愿意为优质内容买单。在订阅者利用碎片化时间学习的背后，专栏作者及其团队必须花费大量的精力来制作内容。

二则需要加大网络版权的保护力度。用户为内容付费的习惯并非天然形成，一方面是由于知识价值高，不得不买；另一方面是基于政府近年来加大了网络版权保护的力度。伴随着网络侵权盗版行为的处处受阻，如今，互联网上再难找到免费下载的音乐和正在院线上映的电影。版权保护促进了知识经济的发展，而知识经济的发展，又会反过来推动知识产权的保护。

再者，需要健康的市场环境。当前知识付费经济的发展，同时还对泥沙俱下的市场形成了净化作用。一些搜索引擎再靠打擦边球忽悠人们显然有了更大的压力，一些万金油似的“大 V”也会因为回答知识缺乏精准性和深度性而逐渐被人们抛弃。未来，专业化、定制化、精准化的团队将越来越多，这为知识付费模式走向成熟奠定了基础。

[正确认识知识付费现象]

知识付费走红，有三个客观条件：一是随着移动互联网时代到来，手机端阅读不断增长，阅读越来越碎片化；二是支付手段方便了，支付宝、微信支付等等提供了便捷；三是年轻人支付习惯的形成。

从本质上看，知识付费是消费升级的必然结果，是信息分享市场的供给侧改革。信息可以粗略分为几个层次，娱乐八卦、新闻资讯、专业知识和价值观，它们分别满足了人们不同层面的需求。互联网时代尤其是自媒体兴起以后，信息实际上是过量的，很多信息虽然是免费的，但信息密度低、营养价值低，用户要消耗的时间成本很高。人们越来越愿意通过付费快速获取系统化、结构化、高密度的信息，即知识。

要在知识付费领域有所斩获，必须具备两个基本条件，一是对某个领域的专业知识积累，因为很少有人愿意为八卦埋单；二是稳定持续的创作能力，每天或每周都能推出新作品。

知识付费早期的内容以草根创作为主，多数产品的定价其实依赖随机打赏。不过，现在知识付费的内容创作越来越倾向于精英化、专业化。创作者不仅要有丰富的知识积累，还需要有很好的表达能力，能够把某一领域的知识进行结构化讲述。

随着各大平台引入重量级专家、提升产品质量和线上线下互动，知识付费也将不再过分依赖打赏，价格将越来越走向市场化。惟如此，知识付费才能持续、健康发展。

[带来的影响]

网络知识付费的兴起，带给我们以下两方面的巨大冲击：一是观念上，过去很多人总是把网络想象成是免费的，或者说是“崇尚分享精神”，但移动知识付费显然“悖逆”了这种趋势；二是实践上，通过移动平台获取知识，即便是学习者能够组建一定的网络社群，但与传统的个体阅读和课堂式教学，在学习互动过程上还是存在着本质的区别。

第一，需要网络知识货真价实。当前，用户愿意付费的内容大致有两类：一类是具有强 IP 效果的经验、知识，另一类是因版权限制不得不付费的内容。例如高晓松和罗永浩所开设的付费音频专栏，以及一些网络“大 V”开设的网络专栏，其本身就有一大批“粉丝”拥趸，不乏“粉丝”为其买单。不过，内容提供者们都很清楚，用户只愿意为优质内容买单。在订阅者利用碎片化时间学习的背后，专栏作者及其团队必须花费大量的精力来制作内容。

第二，需要加大网络版权的保护力度。用户为内容付费的习惯并非天然形成，一方面是由于知识价值高，不得不买；另一方面是基于政府近年来加大了网络版权保护的力度。伴随着网络侵权盗版行为的处处受阻，如今，互联网上再难找到免费下载的音乐和正在院线上映的电影。版权保护促进了知识经济的发展，而知识经济的发展，又会反过来推动知识产权的保护。

第三，需要健康的市场环境。当前知识付费经济的发展，同时还对泥沙俱下的市场形成了净化作用。一些搜索引擎再靠打擦边球忽悠人们显然有了更大的压力，一些万金油似的“大 V”也会因为回答知识缺乏精准性和深度性而逐渐被人们抛弃。未来，专业化、定制化、精准化的团队将越来越多，这为知识付费模式走向成熟奠定了基础。

国考热点预测十六：底线思维

[正确认识底线思维]

底线思维广泛应用于经济发展和治国理政的重大实践之中。稳中求进之“稳”，是底线思维，社会保障相对于经济社会的发展，是底线思维，社会保障中的保基本原则，又是社会保障的底线思维，在整体中求取最大公约数，是底线思维，在廉政勤政善政中，廉政是底线思维，邓小平同志讲贫穷不是社会主义，是体现社会主义优越性的底线思维，正在推进的精准扶贫、同步进入小康，是当前消除贫困的底线思维。

底线思维具有深厚的哲学意蕴。涉及质与量，一般与个别，普遍与特殊，同一性与多样性，系统稳定与创新，同质与包容等哲学范畴。

底线思维是对事物质的规定性的把握。底线就是不能突破的临界点，突破了，性质就会发生变化，或者后果不堪设想。比如稳中求进之“稳”，是“进”的前提、基础，“稳”这个前提和基础没有了，“进”就无从谈起。

底线思维是对事物的一般性或普遍性的把握。比如社会保障的“保基本”，这是对生产力发展水平与社会保障需求之间达成平衡的把握，是涵盖范围最宽、涉及人数最多的保障，是普遍的、一般的保障。但对其中特别困难的群体和家庭，则在此基础上采取社会救济等方式予以保障。

底线思维为创新创造提供空间，留有余地。在底线之上，具有改革探索的空间和余地。比如，邓小平同志强调的“三个有利于”；比如中国改革采取渐进式的推进方式，改革之初，计划体制不作大的变动，先让出一定空间让市场调节；先从增量改起，然后再改存量等等，都具有底线思维的特点。

底线思维有利于保障坚守原则基础上的丰富多彩。比如文艺创作必须褒奖真善美，鞭挞假恶丑，这是基础、前提，是底线，是不管什么样式的文艺创作都必须坚持的同一性，但在创作题材、样式上，则提倡和鼓励多样化。

底线思维有利于同质与包容的有机结合。比如，通用文字、计量标准必须是统一的，这是底线；但同时对于民族文字语言、地域方言予以尊重和包容，两者可以结合起来。比如和平共处五项原则是底线，尊重和包容彼此利益关切，是包容，两个方面也可以结合起来。

底线思维设计到我国社会的方方面面

- 一、守住政治底线，始终坚持中国特色社会主义发展道路不动摇。
- 二、守住思想底线，始终坚持马克思列宁主义毛泽东思想不动摇。
- 三、守住社会底线，始终坚持增进社会公平与正义不动摇。
- 四、守住生态底线，始终坚持绿水青山就是金山银山不动摇。
- 五、守住党性底线，始终坚持以人民为中心全心全意为人民服务不动摇。
- 六、守住国家底线，始终坚持寸土不让不动摇。

[重要性]

从系统战略的角度来看，“底线思维”要求在谋篇布局、制定战略规划时，必须把底线放到总体战略的全局中去思考，突出重点，看到事物的远景而对下一步的行动心中有数，对各种预备方案和解决办法始终保持开放的思维。不仅指出什么是不可跨越的底线，按照现行的战略规划可能出现哪些风险和挑战，防患未然、化风险为坦途、变挑战为机遇。

从全面推进深化改革的角度来看，底线思维意在最大可能地释放改革的红利。改革由问题倒逼而产生，又在不断解决问题中深化。底线思维的方法，重在有强烈的问题意识，以重大问题为导向，抓住关键问题研究思考，不断推进改革向纵深发展。

从全面依法治国的角度来看，底线思维是新时期提升国家治理能力现代化的必要观念准备和实践要求，公平正义和公道正派，历来为老百姓所推崇，对法律制度要时刻怀有敬畏之心，绝不能突破法律的“底线”。

从全面从严治党的角度来看，底线思维是党的宗旨，不能跨越“为民”底线。如果领导干部跨越了“为民”底线，忘记了“人民公仆”的使命，只知以权谋私、中饱私囊，那就背离了党的宗旨，就难免被人民所抛弃，领导干部必须

牢记历史经验，坚守“清廉”底线；一切从实际出发、实事求是、求真务实，是我们党最可宝贵的思想路线和工作作风，坚守“务实”底线。清正廉洁务实，是共产党人的政治品格和行为准则，是党员干部从政的底线。

[结论]

领导干部必须善于运用底线思维。古人讲“君子安而不忘危，存而不忘亡，治而不忘乱，是以身安而国家可保也”，“凡事预则立，不预则废。”《大学》里说：“知止而后有定，定而后能静，静而后能安，安而后能虑，虑而后能得。”这其中就蕴含着底线思维。发挥底线思维的科学预见作用，有备才能无患，没有忧患意识，难有底线思维。

[参考对策]

第一，树立“底线思维”要防止“偏离方向”。“底线思维”是我们为人处世的基本法则，告诫每一名党员干部要有危机意识，问题意识，做最坏的打算，争取最好的结果。我们的方向就是要争取最好的结果，不能偏离这个方向，不能仅仅是守住了底线，做出了最坏的打算，更加要通过努力争取最好的结果，要沿着取得好结果的路径和方向确立“底线思维”，真正通过树立底线思维，做到明底线、受警醒、知敬畏，发挥党员干部在推进改革、服务发展、服务民生等方面的积极作用，通过树立底线思维把各项工作和发展引入正确的航向和轨道。

第二，树立“底线思维”要防止“模糊不清”。要区别好底线和红线的关系，防止模糊不清。底线是不能逾越的，而红线则是不能触碰的，二者有机统一，但并不是完全一样的，底线是对风险和危机的预估，红线则是对党纪国法的遵守，我们既要树立底线意识，更要树立红线意识，一方面要把红线当做“高压线”，严守党纪国法红线，这是做一切工作的根本遵循；另一方面把底线当做处理问题、解决问题的机遇，号召党员干部做到知晓党纪“红线”、守住做人“底线”，不能简简单单地将底线和红线划等号，或者简单代替，不仅要严“守”，更要明白“底线思维”的具体内涵，做到两不误、两促进。

第三，树立“底线思维”要防止“谨小慎微”。不要因担心出问题而墨守成规，谨小慎微，遇到问题绕着走，面对矛盾心里发慌，不敢大刀阔斧、义无反顾、放开手脚去开展工作。有好的目标，不知底线和风险在哪儿，那是莽撞冒进；有守住底线的决心，没有努力好的行动和作为，则是消极保守。底线思维，应是“有守”和“有为”的有机统一，一方面，我们既要预估风险和危机，提高标准、有所作为，严防出现不可弥补的失误；另一方面要树立责任担当，敢于进取，以抓铁有痕、踏石留印的作风促进目标的实现。

国考热点预测十七：规范快递行业发展

[存在的问题]

一、发展良莠不齐，业务集中度不高。由于快递服务市场准入门槛较低，发展初期各路资本一哄而上。以全国为例，从第一家民营快递公司快意达诞生短短几年，快递企业迅速膨胀到 6000 多家。由于部分民营快递企业资金、规模、管理等方面先天不足，竞争力较弱，长期靠价格战的无序竞争求生存，低价格、低成本、低服务已经形成了恶性循环。

二、加盟企业居多，运营规范化不足。面临生存与发展的压力，许多民营快递企业采取加盟制形式，这种相对松散的体制由于每个加盟商都是以利益为中心，管理相对粗放，粗暴分拣、丢失、损坏、爆仓、停运等问题屡屡出现，服务中使用不平等格式条款、服务延时、理赔拖沓推诿、收送件操作不规范等侵害消费者投诉时有发生。

三、市场细分不足，服务制造业能力待提高。绝大多数快递企业业务同质化，对快件时效管理和全程监控的软硬件投入不足，服务质量不高；重视对普通快递服务业务的低层次竞争，忽视了市场对温控、防震、防腐等特殊物品的寄递需求；满足于在传统的物流产业链淘金而忽视了对再包装、报关、保险、仓储等增值服务、一体化供应链解决方案的市场开拓。

[原因分析]

一方面，随着电子商务发展进入法制化、规范化轨道，快递行业平稳发展面临的不确定因素有所增加。行业整体供给结构不合理，同质低效的发展模式仍未得到实质性的转变，企业内生动力与核心能力不足，对新业态、新模式主动适应能力不强，在产品结构、地区发展、企业运营等方面不平衡、不协调问题仍然突出。

与此同时，信息技术支撑能力滞后、技术创新作用未能得到充分发挥、协同发展能力不足等问题依然是快递行业的短板。快递企业末端网点盈利水平下降、运营异常、快件积压无人派送等不稳定事件时有发生。

另一方面，一些企业安全意识淡薄，在安全方面的投入和培训不足，且标准化程度也不高，存在收寄验视把关不严、实名收寄执行不力、过机安检流于形式等问题，其主体责任亟待强化。

事实上，随着快递业务量持续高位增长，企业长时间高负荷运转，一线人员劳动强度大、安全意识弱，易发多发交通、消防、用电、机械伤害等安全事故。因此，完善相关的安全配套制度，提升大数据支撑安全监测、预警、处置的能力迫在眉睫。然而，一些地区不愿抓、不会抓、不敢抓等问题仍然存在，部门间协作还未形成有效合力，综合治理和属地责任尚未得到很好的落实，导致了强安全、固基础的进程依然困难众多。

[对策措施]

一、建立健全行业管理机制，加强快递行业规范化管理。尽快建立健全行业管理机制，加强对民营快递企业的规范化管理。严格规范服务，制定实名制信息保护制度，落实快递实名制相关要求，快递经营网点应明码标价，建立责任追溯制度和赔偿标准。

二、加强行政部门监管职能，促进行业健康有序发展。明确相关行政部门责任，邮政、工商、消协等责任部门，要认真履行对快递业的监管职能，加强对车辆配备、人员管理、配送流程等环节的监管力度。加快建设网络监管平台，尽快实现电子化系统管理。要加快建设标准化电子平台，各注册快递公司均实行网络化管理，对所有物流订单实行网络统一监管，促进快递业又好又快发展。

三、加强快递队伍建设，提升行业服务水平。加强对从业人员的教育培训，由人力与社会保障部门组织针对性专题培训，对从业人员进行政策法规、行业准则、交通安全等方面进行统一培训，将其纳入职业资格考试制度，取得从业证书才能上岗，以此来提高快递员基本素养和业务水准，要求统一行业着装，坚持持证上岗，亮证服务。

四、加大政策扶持力度，解决行业就业荒。鼓励职业院校开设相关专业，定向培养人才，并由政府、院校和企业签订就业合同书，定向委培。加大奖学金和助学金的比率，吸引生源。对从业人员，由政府组织医疗机构对其定期进行公益性健康体检，并要求快递公司为快递员购买意外保险，政府按规模大小对快递公司进行适当补贴扶持。

五、科学规划布局城乡网点，联动协调合理化运营。当前快递网点布局不是过于密集就是过于分散，应根据经济、环境、人口流动等因素科学规划城乡快递网点布局，满足所有客户需求。目前物业与快递的合作已是一种趋势。对于物业公司代收快递所付出的各项成本，应在政府引导下，物业公司和快递公司应达成协商意见，衔接到位，更好保护消费者权益，促进快递业合理化运营。

国考热点预测十八：中国制造业升级发展

[权威论述]

过去我们的企业给国外品牌代工比较多，现在要引导企业强化品牌意识。——李克强

打出品牌不仅能提升企业的竞争力，也会倒逼企业对产品品质提出更高要求。——李克强

要改变过去有什么装备就生产什么的旧模式，以消费品需求的升级，促进中国制造全产业链升级。”——李克强

我愿为中国自行车做广告，更愿为“中国制造”智能升级“站台”。——李克强

“中国制造”的品质革命，要靠精益求精的工匠精神和工艺创新，其中关键是以客户为中心——李克强

[综合分析]

意义

制造业是国民经济的主体，是立国之本、兴国之器、强国之基。十八世纪中叶开启工业文明以来，世界强国的兴衰史和中华民族的奋斗史一再证明，没有强大的制造业，就没有国家和民族的强盛。打造具有国际竞争力的制造业，是我国提升综合国力、保障国家安全、建设世界强国的必由之路。

取得成就与现状

经过几十年的快速发展，我国制造业规模跃居世界第一位，建立起门类齐全、独立完整的制造体系，成为支撑我国经济社会发展的重要基石和促进世界经济发展的重要力量。持续的技术创新，大大提高了我国制造业的综合竞争力。载人航天、载人深潜、大型飞机、北斗卫星导航、超级计算机、高铁装备、百万千瓦级发电装备、万米深海石油钻探

设备等一批重大技术装备取得突破，形成了若干具有国际竞争力的优势产业和骨干企业，我国已具备了建设工业强国的基础和条件。

存在问题

但我国仍处于工业化进程中，与先进国家相比还有较大差距。制造业大而不强，自主创新能力弱，关键核心技术与高端装备对外依存度高，以企业为主体的制造业创新体系不完善；产品档次不高，缺乏世界知名品牌；资源能源利用效率低，环境污染问题较为突出；产业结构不合理，高端装备制造业和生产性服务业发展滞后；信息化水平不高，与工业化融合深度不够；产业国际化程度不高，企业全球化经营能力不足。推进制造强国建设，必须着力解决以上问题。

出路

建设制造强国，必须紧紧抓住当前难得的战略机遇，积极应对挑战，加强统筹规划，突出创新驱动，制定特殊政策，发挥制度优势，动员全社会力量奋力拼搏，更多依靠中国装备、依托中国品牌，实现中国制造向中国创造的转变，中国速度向中国质量的转变，中国产品向中国品牌的转变，完成中国制造由大变强的战略任务。

[参考对策]

第一，提高产品质量，“中国制造”升级，企业是主体，其最离不了的是两种精神：一是企业家精神，它代表担当负责和战略眼光，而非投机钻营、急功近利；二是工匠精神，它代表着精益求精，不苟且、不将就、不敷衍，而是精耕细作、精琢细磨、体现专业、注重品质。这两种精神，大处重品牌，计之长远；小处重品质，不苟纤毫。

第二，要着眼于质量安全的强制性标准，是市场主体的准入门槛，是底线，必须适应消费环境的变化而升级完善，并不折扣地执行，以给消费者最基本的权益保障，避免“劣币驱逐良币”。

第三，建立企业标准领跑者制度，支持社会团体、企业发展优于国家和行业的标准。企业以高标准领跑，对于消费者来说，经济学上叫“消费者剩余”，其实质就是消费红利，它以超乎消费者预期的消费体验增加消费者的忠诚度，树立产品的品牌影响力和消费黏性，它不仅让扮演领跑者角色的企业自身成为赢家，同时在充分竞争的条件下，也会让竞争对手快速跟进，从而带动整个行业生产水平的提档升级。

国考热点预测十九：健康中国建设

[提出背景]

改革开放以来，我国经济发展迅猛，随着现代化建设进程的深入推进，人们的物质生活越来越丰富，丰衣足食的基本需求得到了很好的满足，但是，由生活压力增大、环境质量不佳、不安全问题较突出等因素而导致的健康问题却愈来愈突出，人们对健康的渴求也因此而变得越发强烈。

健康不仅是没有疾病及虚弱现象，还是指身体上、精神上和社会适应上的完好状态，这是世界卫生组织给健康下的定义。它包含了躯体健康、心理健康和具有社会适应能力三个基本要素。身体健康是心理健康的物质基础，心理健康是身体健康的精神支柱；身体状况的改变可能带来相应的心理问题，生理上的缺陷、疾病，特别是痼疾，往往会使人产生紧张、焦躁、忧虑、抑郁等不良情绪，导致各种不正常的心理状态，这种不正常的心理状态又影响人的身体健康。

此外还应看到，我国健康问题叠加的严峻形势，慢性病、传染病双重疾病负担日益加重，新发传染病的严重威胁不容忽视；新型城镇化、人口老龄化、疾病谱变化要求医疗保障和医疗卫生服务更加公平可及；环境污染和食品安全成为影响健康的重要因素。在这种大背景下，“健康中国”以国家战略的方式，呵护人们的健康需求，体现了党和国家对人们需求与望的高度重视和大力支持。

[意义]

一是拥有健康的国民意味着拥有更强大的综合国力和可持续发展能力。卫生计生工作覆盖全人口、呵护生命全过程、竭诚服务全天候，为维护和促进国民健康发挥着重要作用。推进健康中国建设新目标的提出，不仅凸显了党和国家对保护国民健康的高度重视和坚定的政治决心，也有利于以人民群众健康需求为导向，以提高健康水平为目标，动员全社会参与，切实加强对国民健康重大和长远问题的有效干预，不断提高中华民族健康素质。

二是推进健康中国建设是落实“四个全面”战略布局推动深化医改的必然要求。党中央、国务院把卫生计生等民生事业摆在协调推进“四个全面”的重要位置，把深化医改作为保障全体人民“病有所医”的关键举措加以推进，取

得了重大阶段性成效。而推进健康中国建设新目标的提出，则更加有利于进一步凝聚起攻坚克难的信心和决心，推动解决制约事业发展和国民健康改善的全局性、根本性和长期性的问题。

三是推进健康中国建设是稳增长、促改革、调结构、惠民生的必然要求。推进健康中国建设新目标的提出，为发展智力和劳动密集、绿色低耗的健康服务业带来机遇，不仅有利于直接拉动内需、扩大就业，应对当前经济下行压力；还可以极大带动医药、信息、装备制造等相关产业以及医疗康复、老年护理、健康管理、健身养生等新兴产业发展，加快结构调整，促进发展方式转变，满足人民群众日益增长的多层次多样化健康新需求。

[对策措施]

一是提供覆盖全民的基本公共卫生服务，加强重大疾病的防治。

二是健全优质、高效、整合型的医疗卫生服务体系，完善分级诊疗制度，努力为居民提供全生命周期的健康管理和服务。

三是健全医疗保障体系，完善药品供应保障机制。

四是要建设健康的社会环境。我们说一个人的健康影响因素很复杂，包括社会环境的影响，所以要从大健康、大卫生的角度，来共同治理环境污染、食品安全等等，要建设一个健康的社会环境。

五是发展健康产业。建设健康中国，要加强健康产业的发展，重点扶持自主研发药品、医用耗材、医疗器械和大型医疗仪器等新兴战略性支柱产业，以及与健康生活方式和老年护理相关的健康服务业。