



# 2021 年江苏省公务员考试

## 申论试卷

### (C 类)



公众号名称: 厚职公考, 扫码关注获取更多真题和资料

厚职网 (www.houzhiwang.com) 整理提供



## 2021 年江苏公务员考试申论真题及答案 (C 卷)

2021 年江苏省公务员考试申论试题及答案 (C 类) 由厚职公考网整理。

### 2021 年江苏公务员考试申论真题试卷 (C 卷)

#### 一、给定资料

##### 资料 1

问渠那得清如许, 为有源头活水来。“十三五”时期是我国决胜全面建成小康社会, 决战脱贫攻坚的关键五年。五年来, 我国乡村振兴开局良好、农村改革持续深化、农村社会和谐稳定、农民获得感不断增强, 一个充满生机的“活力乡村”呈现在人们的眼前。

金秋十月, L 县文德乡达康产业园区党建联合体的菜农们异常繁忙, 采摘下来的一车车优质新鲜的西红柿源源不断地运往北京、上海等地市场。“今年的西红柿价格真好, 一个大棚稳赚三四万块钱!” 看着眼前的场景, 乡党委赵书记脸上洋溢着喜悦, 这一切源于 L 县提出的党建引领产业发展的工作思路。从 2018 年开始, L 县把文德乡作为党建引领产业一体化发展的“试验田”, 横向联合 7 个村, 纵向联合 40 个党组织, 规划建设了总面积为 2 万亩的文德乡达康产业园。文德乡西山村有水、幸福村有地, 如何打破村与村之间的界限, 将资源整合? 产业园党委牵头召开联席会, 各村党支部书记、村委会主任一起商议。最后决定, 把西山村的水抽到山顶的蓄水池, 园区共用; 用幸福村的土地建园区蔬菜收购市场, 各村共享。“现在 7 个村抱团取暖、联建园区, 成了一家人!” 赵书记说, “我们的党建联合体给产业园注入了活力, 使得产业园在整合资源上形成了合力, 推动政策、项目、资金、服务下沉, 走上了园区农业发展的快车道。”

##### 资料 2

2019 年 4 月, Z 大学丛教授带着“艺术推动乡村内生发展”课题来到 T 县葛家村。8 个月的时间里, 丛教授团队和村民共同建设了 40 多个乡村艺术共享空间, 探索出一条艺术设计+乡村旅游的发展之路, 当年就吸引 3 万多名游客。

2019 年年底, 积累了一身本领的葛家村村民登上大学讲台。摇身变成了“乡建艺术家”, 艺术激活乡村, “乡巴佬”成了艺术家, 葛家村的成功给刚脱贫不久的定汪村带来了很大启发, 经验能否复制, 道路能否延续?

抱着同一个梦想, 定汪村与葛家村许下约定, 用艺术改造定汪。老葛、小吴等 5 位村民从几十名葛家村乡建艺术家中脱颖而出, 组成首批帮扶小组前往定汪村, 出行前丛教授给这支队伍取了个颇有气势的名字——“葛家军”。定汪村, 地处深山, 村里 137 户人家, 长期以来习惯了自给自足的生产生活, 外界不了解定汪村, 定汪村村民了解外界的愿望也不怎么强烈。虽然脱贫了, 但返贫的危机依然存在, 该从哪里破局? 老葛想到去年丛教授激活葛家村的一招妙棋——给村民上课, 烈日当空, 村口小卖部前, 六七十名村民围坐在一起。老葛第 1 个站起来: “我们是来帮你们的, 但是你们必须和我们一起干, 你们才是村子的主人。”接下来每位成员挨个讲话, 同样透着真诚和自信。

“我报名!” 这时角落里传来一个青年的声音, “我也报名!” 另一人应和着, 人群逐渐沸腾起来, 越来越多的激情被点燃。

村里的小罗是一名大三学生, 家里拥有全村唯一一台电脑, 还有书籍, 有书看、有电脑用, 村里的孩子最爱到小罗家玩, “能不能改造小孩看书的阅览室? 我愿意腾出我家的房间”,



小罗拉着老葛说。老葛在村民的帮助下找到主战场——废弃的村活动中心, 他盘算着要在这里展示印染土布。小吴在走访中发现村里妇女擅长刺绣, 建议在村里开辟一个空间, 村民项大嫂听说后, 立马毛遂自荐建起了“织梦坊”, 女儿在市里读技校, 她利用自己的专长, 主动为妈妈设计了许多时尚的刺绣花样, 不仅是可供欣赏的艺术品, 而且是实用的生活品。最近小项正在为把织梦坊搬上网络云端做准备工作, 这种与时俱进的生活绣理念为织梦坊开辟了一片崭新天地。

小罗家的“未来书院”, 小项家的“织梦坊”……一个个前所未有的创意空间在两地村民的思想碰撞中逐渐变成现实。定汪的生产生活, 淳朴风俗与自然风光交织出一幅生机勃勃的乡村画。丛教授表示, 这次选择村民带村民的方式, 放手让葛家村村民做师傅, 是因为两地村民都有共同的身份, 相似的技能, “有村民做主角, 乡村的发展更有活力也更精彩了, 定汪定会更旺!”

### 资料 3

在 C 县金凤镇有一句话在百姓间口口相传: “有事儿找老杨, 老杨帮你忙; 金凤一群杨, 专帮百姓忙。”老杨是 C 县金凤镇原综治办主任, 从事了 30 多年基层工作, 深受群众信赖, 在他的带动下, 一个“老杨”已经变成了活跃在金凤镇的一群“老杨”, 他的“老杨工作法”也已拓展成为一种为基层社会治理增效的样板。近日记者来到金凤镇, 用相机记录下了“老杨”们工作的身影。

镜头一: 海兰村老杨群众工作室的廖奶奶。现年 67 岁的廖奶奶是海兰村群众工作室的一员, 本该在家颐养天年, 而她主动投身基层服务事业, 帮助乡亲解决困难, 廖奶奶记性不太好, 腿脚也不利索, 但社区有多少幢楼、多少店面、多少重点单位, 哪些重点人口、哪些矛盾焦点, 她都清清楚楚。遇到有困难的企业和需要调解的居民纠纷, 她都亲自走访, 了解情况。4 年多走访群众近千人次、重点企业 50 户次, 收集到涉及基础设施、城市管理、社会事业等方面的意见建议 231 条……“白发老杨”成为海兰村老杨群众工作室的一道别致风景。

镜头二: 金凤老杨群众工作室的小朱。今年 8 月, 刚从某大学法律专业毕业的小朱主动加入“老杨群工”, 利用业余时间和专业特长为大家服务。大家都亲切地称他为“政策老杨”, 记者在金凤园区老杨群众工作室找到他, 他正在为园区设置公交站的事与相关部门沟通协调。“在劳资方面, 我们公司几乎没有发生过纠纷, 这些都得益于‘政策老杨’小朱为我们提供的法律咨询服务和解决对策。”台晶电子相关负责人说。禾裕田科技相关负责人表示, “前两天小朱还组织宣讲团队走进我们企业, 为企业员工答疑解惑, 提供社保劳动纠纷一类的政策、法律咨询, 我们特别感谢他。”

镜头三: 办事大厅的“智慧老杨”。“您好, 我是老杨!”正在办事大厅接待前来办事群众的这台智能机器人, 是金凤镇“老杨群工”的新成员——智慧老杨。别看它个头不大, 功能可不少, 老杨群工站工作人员告诉记者, “智慧老杨”具备与群众办事息息相关的“反映民情”功能, 通过它, 群众就可以轻松办事。在工作人员演示下, 记者看到, 一有来访群众, “智慧老杨”马上热情洋溢地打招呼。根据提示, 来访群众可在机器人界面上逐步操作: 进入反映民情界面后, 手动或语音输入问题。“智慧老杨”将民情收集后, 会实时上报老杨群工站, 站里派单给不同的老杨群工点, 再由“老杨”们逐户上门解决问题。



从白发老杨到政策老杨再到“智慧老杨”, 有形的“老杨”会老、会变, 无形的“老杨”却因此扎下根来。“‘老杨’来了, 问题走了, 发展更有活力了。”C 县县委于书记说。

#### 资料 4

“叮咚、叮咚……”订单声此起彼伏, Z 县 W 村黄金茭种植基地, 热闹非凡。一张张订单, 改变了 Z 县特色蔬菜黄金茭的命运。“咱们种的可都是‘网红’啊!” W 村村委蒋主任说。一年两季的豆茭, 能从 6 月摘到国庆前, 靠着电商供应链, 不到 24 小时, 沾着露水的豆茭就会送到城里的超市货架。

黄金茭是 Z 县一种特有的蔬菜, 金黄色的四季豆, 纤维少、口感脆、营养丰富, 但黄金茭的“成名”之路比较不顺利。“养在深山人未识啊!”说起一路走来的坎坷, 蒋主任不无感慨地说。最初, 黄金茭都是农户自产自销, 市场仅限于当地, 卖不上价。“当时, 产业发展陷入两难——继续扶持, 资金压力大; 可如果放弃, 农民种在地里的咋办?”他清楚地记得, 2017 年, 他拉着 1500 斤黄金茭到省城, 结果 3 天只卖出 75 斤。2018 年 7 月, 产业迎来新转机, 新零售超市 H 公司采销总监到 Z 县寻访农产品, “雪山就在眼前, 山水土壤纯净, 黄金茭口感好、颜值高、辨识度强, 有做网红蔬菜的潜质。”2019 年 6 月, 黄金茭被推向全国, 销售异常火爆。

蒋主任说强大的数据能力, H 公司给种植户动态反馈消费者的需求, 让黄金茭的种植更加精细化和标准化。“订单让种植更智慧!”蒋主任说, “黄金茭卖全国, 不同地方的人口感不一样。成都人喜欢凉拌, 要嫩一点的; 北京顾客喜欢爆炒, 要稍长大一点的。村里定制化生产, 筐筐都能卖上好价。”价值分配也让种植户更容易接受更高的种植要求, 以销定产, 减少冗余, 抵御了市场波动带来的风险。

有了新零售超市“包销”, 村民种植黄金茭的劲头更足了。W 村 83 户, 迄今为止, 已经有 53 户种上了黄金茭。一年前, 这里的村民还在树下乘凉打牌。如今村民都在地里忙碌, 他们笑言, “生物钟”都被打破了。“叮咚、叮咚”优美的旋律演绎着乡村产业的无限的生机与活力。

#### 资料 5

怎样看待乡村自媒体的走红? 乡村的自媒体与主流媒体碰撞将产生怎样的火花? 近日, G 市龙溪县举办首届乡村自媒体发展圆桌论坛。论坛上, 龙溪县的网红自媒体“欢笑龙溪”团队成员, 县委宣传部、网信办、融媒体中心负责人及部分工作人员, 高校学者与网友等围坐在一起。

主持人: “天黑路滑, 这网络复杂。你不把眼擦, 就要小心搭扑爬……”大家对这段 rap 一定不陌生吧?

网友大龙: 何止不陌生, 简直不要太熟悉啊, 刚刚我还唱来着!(笑)这是“欢笑龙溪”的“神曲”!

主持人: 那就请“欢笑龙溪”的王总来介绍一下“神曲”背后的故事吧。

“欢笑龙溪”王总: 好的, 首先, 谢谢大龙的关注。这段“土味 rap”出自我们为网络安全宣传周特制的短视频, 推出短短两天, 视频点击量就达到了 50 万!

主持人: 50 万啊, 太牛了! 作为咱们龙溪的网红自媒体, 你们是怎样一步一步“红”起来的?



“欢笑龙溪”王总: 我们成立于 2018 年, 团队成员全是 90 后, 大家都来自本县农村, 方言俚语说得地道。一开始我们的定位是方言搞笑, 什么搞笑拍什么, 没有特定的主题, 点击量只有 200 多, 一直处于不温不火的状态。

县融媒体中心丁主任: 我插一句啊, 其实也“火”过。有几次, 他们因为低级趣味的搞笑, 还被我们约谈过, “火火”地上了新闻头条。(笑)

“欢笑龙溪”王总: 是的, 那段时间我没少去丁主任那边。(笑)每次谈话, 主任总是提醒我们, 要注重贴近群众、农村和实际, 将原汁原味的龙溪方言、灵活生动的龙溪人物搬上视频。

“欢笑龙溪”主创小张: 丁主任的提醒, 真的太重要了!我们团队的第一个“爆款”作品的素材就出自我身边: 我们村有个贫困户, 母亲和哥哥都患病, 生活艰难, 但这贫困户还要应付名目众多的“无事酒”, 常常要借钱来送人情, 十分苦恼, 这给我带来了创作灵感, 我就和团队成员以讽刺“无事酒”为主题, 制作了短视频《整无事酒不赴违规宴》, 短短几分钟的视频, 把“无事酒”带来的危害表现得淋漓尽致, 乡亲们争相转发, “欢笑龙溪”点击量首次突破 8000。(掌声)那个贫困户后来悄悄告诉我, 自从这期短视频传开后, 村里有好几家准备办酒的都打消了念头, 让他省了不少钱。(笑)

“欢笑龙溪”王总: 那次“爆款”经历, 让我开始思考团队未来的发展方向。低级趣味的恶搞, 并不能长期吸引粉丝, 只有用诙谐幽默的短视频, 把时事政策、社会热点解读给大家看, 在欢笑声中传播正能量, 才能做出更多“爆款”。(掌声)

县融媒体中心丁主任: 是的, 即时转型让“欢笑龙溪”接下来“爆款”频出, 农村的保健品骗局、电信诈骗等都成为他们的选题, 他们还用反讽手法抨击当地的一些陈规陋习、歪风邪气, 很受老百姓喜欢。2019 年, 围绕我县脱贫攻坚, 他们创作了两期《懒汉脱贫》短视频, 在今年中组部举办的第十五届全国党员教育电视片观摩交流活动中, 《懒汉脱贫》获得了全国优秀奖。(掌声)

主持人: 陈教授, 请您来谈谈您的研究对象——“欢笑龙溪”吧。

某大学陈教授: 好的。这两年, 我一直对“欢笑龙溪”进行跟踪调研, 我给他们总结出了“土、微、潮、真、正”五大特色, 这是他们最鲜亮的底色, 也是他们走红的直接原因。当然, 他们还需要聚焦思想引领、强化议题设置、发挥内容和渠道的优势, 我们的课题组将持续关注。(掌声)

主持人: 乡村自媒体与主流媒体碰撞将产生怎样的火花? 谈主任, 请您回答一下这个问题吧。

县网信办谈主任: 好的。从去年 3 月份开始, 经我办推荐, 我县的多个融媒体平台就开始播放“欢笑龙溪”的微视频了, 有线机顶盒点播首页也为他们开设了专区。此外, 我办还牵线搭桥, 让县相关职能部门与“欢笑龙溪”积极合作, 通过他们制作的短视频宣传各项政策。今年以来, 他们就在卫生防疫部门指导下推出了 4 期防控新冠肺炎的短视频, 及时帮助我县群众了解如何科学防疫, 群众对“欢笑龙溪”更熟悉、更喜欢了。乡村自媒体与主流媒体的碰撞产生了神奇的效应!(掌声)

主持人: 谢谢谈主任, 最后, 让我们有请朱部长。

县委宣传部朱部长: 谢谢主持人, 通过本次论坛, 大家一定和我一样, 感受到了乡村自



媒体的独特魅力。乡村自媒体源自乡村, 充满活力, 是塑造乡村文明新风, 参与乡村治理的重要新生力量。希望大家认真总结“欢笑龙溪”在我县成功实践的经验, 加强对乡村自媒体的引导与培育, 让乡村自媒体成为乡村活力的“新生源”, 成为乡村党群“连心桥”。(掌声)

### 资料 6

M 县处于高山峡谷地区, 当地具有“一山有四季, 十里不同天”的特点。自然风光优美, 旅游资源丰富, 自古以来就有野生珍稀生物生长之“生物基因库”“天然氧吧”之称, 但因为地形原因, 耕地地块呈碎片化, 且气候条件、光照、积温、土壤类型等都不一样。老百姓大多跟风种植, 瞅见什么卖钱就种什么, 忽略了相应的生态要素, 导致农产品质量不高或少产, 甚至过度施肥导致对农业生态环境的破坏。如何有效利用 M 县 20 万余亩耕地, 提升特色农作物品质, 使其发挥最大的经济价值? 近日在中科院成都生物研究所内, 石福孙向记者介绍展示了 M 县农业数字化系统平台。

登录平台后, 屏幕右边为 M 县全县地形与耕地分布图, 左边图例内分门别类涵盖全县农业耕地的环境条件、气候条件、土壤养分含量等数字信息。点击任一地块, 该地块水平的温度、降水、光照、海拔和土壤等数字信息就能在地图上显示。

“我们从 2011 年开始, 受当地政府邀请, 就开始建设这个数据平台。整套数据库依托 GIS 数据采集库, 将全县收集到的真实数据, 结合卫星地图遥感技术进行封装。”石福孙表示, 目的就是利用大数据能够将当地的生境条件与果蔬的生物学特性进行关联与耦合, 并提出各种特色农作物适宜分布区和产业布局。季所长说, 如今, 基于该数字平台, 生物研究所已完成甜樱桃、枇杷、羌脆李等 10 个重点品种的规划和操作指南的编写, 为扶贫工作提供数据支撑。

与此同时, M 县的基层干部发挥各自的优势, 有的邀请农科所专家针对当地气候条件, 定点指导村民科学种植; 有的利用专业特长, 积极推动农产品销售, 使得当地“水果之乡”的声誉近年来越发响亮。独具一格的土产, 四季一体的风光, 吸引了越来越多的游客走进了深山, 农家乐、民宿等产业发展起来。2020 年, 突如其来的新冠肺炎疫情使得大量特色水果积压山里, 急坏了村民。为此, M 县不老村的村干部们发起了一场“助农富农网络行, 生态水果出深山”的直播带货活动, 在驻村第一书记小吕声情并茂地推销下, 一张张凝聚爱心的订单从全国各地飞来。

### 二、作答要求

(一) 给定资料 1-4 中, 乡村发展的活力表现在诸多方面, 请对此加以归纳概括。(20 分)

要求: 紧扣给定资料, 准确全面, 条理清楚, 篇幅不超过 250 字。

(二) 给定资料中的划线句说“有形的‘老杨’会老、会变, 无形的‘老杨’却因此扎下根来”, 请谈谈你对这句话的理解与认识。(15 分)

要求: 观点正确, 分析透彻, 篇幅 250 字左右。

(三) 假如你是“给定资料 5”中龙溪县融媒体中心的一名工作人员, 参加了首届乡村自媒体发展圆桌论坛, 请就“如何引导乡村自媒体健康发展, 进一步激发乡村活力”提出建议。(25 分)



要求: (1) 紧扣给定资料; (2) 全面具体, 条理清晰; (3) 有针对性, 有可行性; (4) 篇幅 350 字左右。

(四) 如果你是“给定资料 6”中 M 县不老村的第一书记小吕, 将在“助农富农网络行, 生态水果出深山”的直播中为当地的特色水果做代言, 请拟写一份直播代言稿。(40 分)

要求: (1) 思路清晰, 结构完整, 语言流畅; (2) 结合给定资料, 但不拘于给定资料; (3) 内容充实, 有感染力; (4) 篇幅 1000 字左右。



## 参考答案

(一)

### 【参考答案】

一、园区农业, 党建引领发展。横纵向联合党组织, 建立试点产业园; 打破村界, 实现资源整合共享和下沉。

二、以民为师, 村民带动村民。1.发展乡村旅游。乡建艺术家联合帮扶, 点燃干事激情。2.发展多元产业。盘活资源, 挖掘特色, 开发实用产品, 建设创意空间。

三、群众自治, 完善基层治理。1.了解基层情况。明确困难纠纷, 收集意见建议。2.提供专业服务。提供法律咨询、解决对策、普法宣讲。3.引入人工智能。上报问题, 就近派单。

四、农村电商, 改变生产生活。定制化生产, 大数据反馈需求标准精细化; 价值分配稳定村民心态; 以销定产抵御市场风险。

(二)

### 【参考答案】

“有形老杨”是指长期从事基层治理、服务群众的基层干部杨主任; “无形老杨”是指“老杨工作法”拓展为基层社会治理增效样板, 我认为这是值得宣传的, 具体表现在:

1.白发老杨: 主动投身基层服务事业的廖奶奶, 全面掌握信息, 躬身践行, 走访了解; 收集多方意见建议, 积极处理纠纷。

2.政策老杨: 利用业余时间和专业特长进行服务的小朱, 沟通协调各方, 提供法律咨询和解决对策; 组织宣讲团队走进企业, 答疑解惑。

3.智慧老杨: 接待办事群众的智能机器人功能多元, 流程清晰、操作便利; 反映民情, 实时上报老杨群工站。

因此, 基层社会治理要丰富人才队伍, 利用专业人才; 创新工作方式, 善于利用科技。

(三)

### 【参考答案】

引导乡村自媒体打造“土、微、潮、真、正”的特色, 聚焦思想引领、强化议题设置, 发挥内容和渠道优势。具体建议如下:

一、打造专业团队, 推出特色产品。招聘青年人员, 鼓励本地人员加入团队, 发挥方言俚语的特长; 引导乡村自媒体平台正确定位, 打造特色主题, 注重贴近群众、农村和实际, 展现原汁原味的方言和灵活生动的乡村人物。

二、加强监管, 注重内容质量。县融媒体中心加强监督, 对于低级趣味要及时约谈; 新闻媒体发挥监督作用, 及时曝光。

三、引导媒体及时转型, 塑造文明乡风。推出诙谐幽默的短视频, 解读时事政策、社会热点, 传播正能量, 推出更多受欢迎的产品; 运用反讽手法抨击陈规陋习。

四、引导媒体深度融合, 创新乡村治理。网信办等部门积极推荐, 发挥融媒体宣传作用, 由融媒体平台播放微视频, 有线机顶盒点播首页开设宣传专区; 县相关职能部门与乡村自媒体平台积极合作, 用短视频宣传政策。

(四)

### 【参考例文】



## 生态水果出深山 直播卖货盼君购

直播间的全国网友们:

大家好! 欢迎大家来到“助农富农网络行, 生态水果出深山”直播间, 我是 M 县不老村的第一书记小吕。今天向大家推荐的是我县甜樱桃、枇杷、羌脆李等特色水果。因为受疫情影响, 这些水果都积压在山里, 急坏了村民, 更愁坏了我们这些村干部。水果是时令性很强的农产品, 过了这个季节卖不出, 只能烂在地里。农民不仅白忙活了这一年, 连来年的种植都没了本钱。所以, 今天请大家多多支持! 接下来, 我为大家详细介绍一下我县特色水果的“特色”在哪里?

好生态, 长出“生态果”。众所周知, 农业是对自然资源和生态环境有特殊要求的产业。M 县处于高山峡谷地区, 当地具有“一山有四季, 十里不同天”的特点, 自古以来就有“生物基因库”“天然氧吧”之称。M 县雨量充足, 日照时间长, 早晚温差大, 土壤微量元素丰富, 长出的果子——果香浓郁、果肉细腻、爆甜多汁、营养均衡, 是真正“原生态”、有机绿色农产品。当地独特的气候条件、光照、气温、土壤类型等自然条件造就了具有鲜明地域特色的水果。自此, M 县的甜樱桃、枇杷、羌脆李等都成了具有地理标志的农产品, M 县也因此成为了远近闻名的“水果之乡”。所以说, 好生态不仅长出了“生态果”, 更打造了 M 县水果的金字招牌。

好技术, 种出“品质果”。我县有 20 万余亩耕地, 如何提升特色农作物品质呢? 我县政府早在 2011 年, 就邀请中科院成都生物研究所前来考察研究, 并建立了 M 县农业数字化系统平台。该平台依托 GIS 数据采集库和卫星地图遥感技术, 全面、准确地采集我县土地相关信息。通过收集的大数据, 研究人员将不同地块的生态要素, 与各类果蔬的生物学特性进行关联与耦合, 真正做到了“因地种果”。此外, 在种植环节, 我县还邀请了农科所专家针对当地气候条件, 定点指导村民科学种植。这样信息化、标准化、科技化种植出来的水果, 品质更有保障。今天直播间所售卖的甜樱桃、枇杷、羌脆李等水果, 都是按照生物研究所专家编写的品种规划和操作指南种植出来的。

好服务, 卖出“放心果”。大家现在在直播间看到的水果, 都是产地直供, 没有中间商。从新鲜采摘到果园直发, 从枝头直达您的舌尖。为了让大家能第一时间品尝到最新鲜的水果, 我县已与顺丰冷链物流达成合作, 保证运输过程中, 您的水果全程处在 0-10 摄氏度。同时, 每批次的水果都在外包装上贴有二维码。您通过手机扫码即可查看该水果的种植信息, 比如种植地块的生态要素、种植日期、种植人、采摘日期等。二维码信息的最下面有一处意见投诉页面, 您拿到水果后, 如果有任何问题, 都可以在此向我们反馈。我们会在收到信息的两个工作日内为您解决问题。

独具一格的土产, 四季一体的风光, 曾吸引了众多游客走进了 M 县。但突如其来的新冠肺炎疫情不仅导致水果积压, 更让我县农家乐、民宿等产业发展也陷入停滞状态。这对 M 县村民来说, 真可谓雪上加霜。希望直播间里品质优良、价格实惠的 M 县水果能获得您的爱心订单, 大家一起“种草”买买买吧!