天津市考面试题（市直岗）（网络版）2026年3月28日

扫描下方二维码下载妙学吧APP 刷海量题库掌握最新热点

QQ扫码直接下载

微信扫码到应用市场下载

支持所有机型

【问题1】

上合峰会等为天津带来注意力经济，请你围绕如何让国际峰会助力天津城市现代化发展，向有关部门提出建议。

【问题1参考答案】

国际峰会是城市发展的加速器，更是城市现代化的重要引擎。上合峰会等国际盛事为天津带来了前所未有的全球关注，这种注意力经济不应仅停留在短暂的会展期间，而应转化为推动城市现代化发展的持久动力。我认为，要让国际峰会真正助力天津城市现代化，需要从峰会前、中、后三个阶段系统谋划，将峰会效应深度融入城市发展的血脉之中，实现从“峰会城市”到“现代化国际大都市”的华丽转身。

峰会前，应树立“办会即建城”的理念，将峰会筹备与城市现代化建设紧密结合。基础设施建设是城市现代化的骨架，应借峰会东风，高标准推进交通、通信、环保等领域的升级改造。例如，优化机场、高铁站与会展中心、主要商务区的接驳体系，不仅服务峰会嘉宾，更要为市民日常出行提供便利；加快5G网络、物联网等新型基础设施建设，打造智慧城市应用场景，让峰会成为展示天津科技实力的窗口。同时，应启动城市环境综合整治与历史文化街区保护性修缮，让城市既有国际化的“面子”，更有深厚文化底蕴的“里子”，使现代化发展根植于城市文脉。

峰会中，应把握“展示即营销”的机遇，全方位呈现天津现代化形象与独特魅力。这不仅是外交舞台，更是城市品牌全球推介会。建议精心设计城市体验路线，让与会政要、企业家、媒体记者亲身感受天津在先进制造、港口经济、科技创新等领域的现代化成就，以及海河风光、洋楼文化、非遗技艺所蕴含的城市品格。同时，可同步举办高水平的平行论坛、产业对接会、文化展览，将峰会流量精准导入经贸、科技、人文交流等具体领域，促成一批实实在在的合作项目，让国际注意力直接转化为发展推动力。

峰会后，关键在于做好“后峰会文章”，推动短期效应向长期红利转化。一是固化峰会成果，建立与国际组织、参会城市的长效合作机制，将峰会期间建立的联络渠道制度化、常态化，定期举办专题研讨会、投资洽谈会，使天津持续站在国际交流合作的前沿。二是转化峰会标准，将服务峰会过程中形成的高标准管理、精细化服务、国际化接待规范，推广应用到城市治理、公共服务、营商环境优化等各个方面，全面提升城市治理现代化水平。三是放大峰会品牌，持续进行城市形象国际传播，将“上合峰会举办地”作为天津现代化、国际化形象的重要标识，吸引更多国际会议、展览、赛事落户，形成“峰会带动—产业集聚—城市升级”的良性循环。

总而言之，国际峰会之于天津，不应是昙花一现的盛景，而应是撬动城市现代化全局的战略支点。通过前瞻性的系统规划、精细化的会期运营与长效化的成果转化，天津完全能够将每一次国际峰会的聚光灯，转化为照亮城市现代化前路的持久光芒，在服务国家大局中实现自身能级的跃升，谱写新时代社会主义现代化大都市建设的崭新篇章。

【问题2】

天津出台了一项惠企政策，有企业说不知道不理解，为此，领导安排你去组织一次政策宣讲会，你该怎样组织？

【问题2参考答案】

组织好这次政策宣讲会，是打通惠企政策落地“最后一公里”的关键举措，也是优化营商环境、提升政府服务效能的具体体现。面对企业“不知道、不理解”的反馈，我将以高度的责任感和务实的工作态度，精心策划、周密组织，确保宣讲会取得实效，让政策红利精准滴灌到企业心坎上。

首先，我会深入调研，精准把握需求。在宣讲会筹备之初，我将主动与反映问题的企业进行沟通，详细了解他们对政策的困惑点、关注点在哪里。同时，通过线上问卷、电话访谈、走访行业协会等多种形式，广泛收集不同类型、不同规模企业对政策的知晓程度、理解难点以及具体诉求。在此基础上，我会对天津出台的惠企政策进行系统梳理和深度研读，结合调研中发现的企业共性和个性问题，明确宣讲会的核心目标：不仅要“告知”，更要“解惑”；不仅要“讲清楚”，更要“讲透彻”，确保宣讲内容与企业需求高度契合。

其次，我会精心设计，确保宣讲实效。在内容准备上，我会组织政策制定部门的业务骨干、专家学者，将原本可能比较宏观、专业的政策条文，转化为企业听得懂、记得住、用得上的“白话版”、“案例集”和“操作指南”。重点围绕政策的适用对象、申报条件、办理流程、享受标准以及常见误区等进行解读。在形式安排上，力求灵活多样，除了主题宣讲，还将设置互动答疑、案例分享、现场咨询等环节，鼓励企业现场提问，由政策专家“面对面”释疑。同时，考虑采用“线上+线下”相结合的模式，通过直播扩大覆盖面，方便无法到场的企业参与，并录制视频供后续回看学习。

再次，我会周密组织，保障会议顺畅。制定详细的宣讲会实施方案，明确时间、地点、议程、人员分工和应急预案。提前通过政府官网、微信公众号、企业服务群、新闻媒体等多种渠道发布预告，广泛动员企业参与，特别是要通知到那些反映过问题的企业。会场布置要体现服务性，可设置政策资料取阅处、各职能部门咨询台等。做好会务接待、设备调试、秩序维护等工作，营造一个专业、有序、温馨的参会环境。

最后，我会注重长效，推动政策落地。宣讲会结束并不意味着工作终结。我会在会后及时整理会上企业提出的典型问题和解答，形成《政策问答手册》并通过官方渠道发布。建立政策咨询反馈渠道，持续收集企业后续遇到的问题。更重要的是，我会对参会企业进行抽样回访，评估宣讲效果，了解政策在实际申请和享受过程中是否还存在堵点。将相关情况汇总分析后向领导汇报，为政策的进一步优化完善和后续宣传服务提供参考，真正实现从“人找政策”到“政策找人”的转变，让好政策发挥出好效果。

【问题3】

和平区全力打造党建品牌。有商家说会增加自身负担，有群众说与自己无关。现举办一次恳谈会，你该如何劝说他们，请现场模拟。

【问题3参考答案】

各位商家代表、居民朋友们：

大家下午好！我是这次恳谈会的主持人。今天把大家请到这里，就是想和大家面对面聊一聊咱们和平区正在打造的党建品牌这件事。刚才我也听到了一些声音，有的商家朋友担心会增加负担，有的居民朋友觉得这事跟自己关系不大。这些想法我特别理解，也特别感谢大家能够坦诚地说出心里话。今天，我就想和大家推心置腹地交流一下，说说我的心里话。

首先，我想对在座的商家朋友们说几句掏心窝子的话。大家创业经营不容易，起早贪黑，每一分钱都是辛苦钱。听到“党建品牌”这个词，第一反应可能是“又要搞活动、又要配合检查、又要增加成本”，这种担心非常真实。但是，我今天想请大家换个角度想一想。我们打造的党建品牌，核心目标之一，就是优化营商环境，当好服务大家的“店小二”。这意味着什么？意味着我们会通过党建这个平台，更精准地了解大家的需求和困难。比如，我们会组织相关职能部门定期上门，不是检查，而是服务，帮助大家解决在证照办理、政策咨询、融资贷款、甚至是人才招聘方面遇到的实际问题。我们会搭建“红色商圈”联盟，把咱们区里的优质商家资源整合起来，互相引流，抱团发展，降低大家的营销成本。我们还会评选“党员示范店”、“诚信经营户”，这不仅是荣誉，更是最好的口碑和免费的广告。所以，党建品牌不是给大家添负担，而是想方设法为大家减负、赋能，让大家生意更好做，招牌更响亮。

接下来，我想和各位居民朋友，我的邻居们聊一聊。有朋友可能会觉得，党建是党组织和党员的事，我们普通群众过好自己的小日子就行了。这个想法很朴素，但我想说，我们打造的党建品牌，它的根和魂，恰恰就是为了服务好每一位居民，让大家的“小日子”过得更舒心、更安心、更暖心。这个品牌，它不是挂在墙上的标语，而是要落到大家家门口的具体事。比如，我们会推动“红色物业”建设，让社区党组织、物业公司、业委会拧成一股绳，共同解决小区停车难、环境脏乱、设施老化这些烦心事。我们会组织党员志愿者队伍，为社区里的老人提供关爱服务，为双职工家庭提供课后托管帮助。我们会打造“15分钟党群服务圈”，让大家步行一刻钟内，就能找到可以歇脚、读书、议事的温馨驿站。这些事，哪一件不是和大家的生活息息相关呢？党建品牌就像一根红线，把我们每个人对美好生活的向往，和区委区政府的努力，紧紧地连在了一起。它搭建的是一个平台，让大家的诉求有地方说、说了有人听、听了有人办。

朋友们，无论是商家还是居民，我们其实都有一个共同的身份，那就是和平区这个大家庭的一员。这个家要建设得好，离不开我们每个人的参与和支持。党建品牌，就是我们共同建设美好家园的一个抓手、一座桥梁。它绝不是要增加谁的负担，也不是远离群众的空中楼阁。相反，它渴望大家的智慧和力量。今天这个恳谈会，就是最好的开始。我们想听听大家的好点子、金点子，咱们一起商量，把这个品牌打造成真正接地气、有温度、能解决问题的品牌。让商家能在这里找到发展的机遇，让居民能在这里感受到生活的便利和社区的温暖。

我相信，只要我们心往一处想，劲往一处使，和平区的党建品牌一定能成为我们共同的骄傲，成为推动我们每个人生活更美好、事业更兴旺的强大动力。谢谢大家！