

全国硕士研究生入学统一考试
MBA、MPA、MPAcc管理类专业学位联考真题精讲系列

2015
最新版

MBA MPA MPAcc 写作范文100篇

管理类专业硕士联考命题研究中心◎编著

本书同时适用于MTA、MEM、MLIS、MAud等专业硕士学位考试

1月联考指定用书

内赠**360**分钟教学视频

世界图书出版公司

2019-2020 年度

MBA



MPA

MPACC

写作范文100篇

（附赠2019-2020年写作范文）

适用对象：MBA、MPA、MPACC、MEM、MAcc、MTA、MBA、MPA、MPACC、MEM、MAcc、MTA

100篇写作范文

（附赠2019-2020年写作范文）

中国财政经济出版社

全国硕士研究生入学统一考试MBA、MPA、MPAcc
管理类专业学位联考真题精讲系列

写作范文 100 篇

管理类专业硕士联考命题研究中心◎编著

世界图书出版公司

北京·广州·上海·西安

图书在版编目(CIP)数据

全国硕士研究生入学统一考试 MBA、MPA、MPAcc 管理类专业学位联考真题精讲系列·写作范文
100 篇 / 管理类专业硕士联考命题研究中心编著. —北京:世界图书出版公司北京公司, 2014.3

ISBN 978-7-5100-7661-9

I. ①全… II. ①管… III. ①汉语-写作-研究生-入学考试-题解 IV. ①G643

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 038900 号

全国硕士研究生入学统一考试 MBA、MPA、MPAcc 管理类专业学位联考真题精讲系列·写作范文 100 篇

编 著: 管理类专业硕士联考命题研究中心

责任编辑: 夏 丹 吴淑娅

装帧设计: 中公教育设计中心

出 版: 世界图书出版公司北京公司

出 版 人: 张跃明

发 行: 世界图书出版公司北京公司

(地址: 北京朝内大街 137 号 邮编: 100010 电话: 64077922)

销 售: 各地新华书店

印 刷: 三河市文昌印刷装订厂

开 本: 850 mm×1168 mm 1/16

印 张: 9

字 数: 173 千

版 次: 2014 年 3 月第 1 版 2014 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5100-7661-9

定 价: 43.00 元

版权所有 翻印必究

见贤思齐——模仿写作范文,夺取综合高分

对综合能力考试中的写作部分,考生的认识存在两大误区。一大误区是很多考生认为写作太简单,完全没有复习的必要。实则不然,写作看似人人都会,但往往一类文与四类文的分数却相差悬殊,因此写作是拉开考生综合能力考试分差的主要题型。另一大误区是很多考生过于畏惧写作,觉得无从下手,心有余而力不足。事实上,综合能力考试中写作部分的命题材料与管理方面接近,写作题型着重考查考生的分析论证能力和文字表达能力,而不是文学写作能力。因此,写作不是不攻自破的“纸老虎”,不加准备固然不可取;但写作也不是面目可憎的洪水猛兽,合理正确的备考能高效提分,让考生在短期内实现高分突破。

古语有云:“见贤思齐,见不贤而内自省”,因此考生可以通过研读和模仿范文来达到“为我所用”的目的,这也是考生在紧张的备考时间内,快速突破综合能力考试中写作部分最便捷有效的方法。这是因为,考生可以通过研习范文,理清材料的立意方向、学会谋篇布局、积累写作素材,切实提高写作能力,达到事半功倍的效果。

范文给考生在模仿与运用之间架起了一座桥梁,范文的桥梁作用具体体现在以下三个方面。

桥梁作用一 范文点明立意的方向

对综合能力考试中的写作部分来说,审题立意应是最基础、最重要的一步,却也是考生最难迈出的一步。研习范文可以有效帮助考生学会如何立意,准确把握考试的考查方向。写作包括两大题型:论证有效性分析和论说文。关于论证有效性分析,大纲中有明确说明:“题干为一段有缺陷的论证,要求考生分析其中存在的问题,选择若干要点,评论该论证的有效性。”这也就意味着论证有效性分析的立意,必须是有指向性的,要表达的是对所提供论证的一种质疑。论说文则要求考生在准确、全面地理解题意的基础上,对命题或材料所给观点进行分析,表明自己的观点并加以论证,因此,其选题和立意的恰当与否关系着整篇文章是否好驾驭,论证是否容易展开。由此可见,准确立意,对于提高论证有效性分析和论说文的分数起着至关重要的作用。

桥梁作用二 范文展现布局的方法

无论是论证有效性分析,还是论说文,都不可避免地要依托于某种写作“范式”,将全文串连,否则各个分论点都只能是一盘散沙。如果将文章比作一颗大树,那么篇章布局是树干,精彩表达则是枝叶。考生研读范文,不仅能学习到精彩的表达,更能学习到如何谋篇布局。综合能力考试的写作要求结构

完整,层次分明。每一个逻辑错漏的分析,每一个素材的选取,每一个论据和分论点的提出,都要通过全文的谋篇布局展示出来。一般来说,一篇优秀的范文必须具备引论、本论和结论清晰的“三步走”布局。

桥梁作用三 范文提供充足的素材

一篇高质量的文章不仅要有准确的立意、好的篇章结构,还要借助优美的语言来表达,借助充分的论证来达到以理服人的目的。而这些好的语言、典型的例证都离不开对范文的研读,考生如能在备考的过程中,仔细研读范文,并将其中的优美词句、典型例证摘录或背诵下来,并在写作中加以灵活运用,必将使自己的文章锦上添花。

由此可见,模仿范文是考生快速突破综合能力考试中写作试题的有效途径。在紧张的备考阶段,考生如能有目的、有步骤地研读范文、并进行模仿训练,一定会有丰硕的收获和长足的进步。

山不在高,有仙则名;水不在深,有龙则灵;书不在多,有心则精。本书就是这样一本用心编写、旨在帮助考生少走弯路、高效复习,从而攻克综合能力考试中写作试题的“福音书”。



本书特色

本书是一本全面覆盖综合能力考试中写作真题的权威书籍,共收录 100 篇优秀的写作范文。全书根据写作试题的题型共分为上下两篇。上篇为论证有效性分析,共 45 篇范文,包括 2002~2014 年写作真题的 23 篇范文以及 22 篇模拟范文。下篇为论说文,共 55 篇范文,包括 1997~2014 年写作真题的 34 篇范文以及 21 篇模拟范文。

本书力争在质量上精益求精,在内容设计上独具特色,具体体现在以下三个方面:

真题覆盖全面 洞察命题规律

全书精选 57 篇真题范文,旨在帮助考生准确把握综合能力考试中写作题型的命题规律,并洞悉其命题趋势,通过大量的训练形成良好的应试写作能力。真题均来源于 MBA、MPA、MPAcc 等考试的历年真题,独具严谨性和科学性,同各种模拟题相比,具有不可比拟的优势,是考生复习备考的首选。每道论证有效性分析的真题都经过深度剖析,全方位挑错,范文点错到位,析错有力,字里行间闪耀着批判性思维的光辉。论说文的部分模拟题配以多篇范文,力求为考生呈现更广阔的思维宽度,使得考生可以从容应对各类题型。

解析新颖透彻 重视写作思路

一般的写作参考书仅仅是范文的简单堆砌,而本书打破了这一刻板的固有模式,对每道题均进行了细致完备的深度剖析,不仅向考生展示优秀范文,更从思维角度传递论证的方法;不仅告知考生范文“是什么”,更要让考生了解范文“如何写”,所以本书是综合能力考试中写作题型真正的实战用书。本书的“逻辑问题解析”为考生指明材料的所有漏洞,“审题立意解析”让考生了解材料所要考查的立意,“范文简评”助考生深悟文章优秀之所在。

热点分类模拟 提升实战能力

针对很多考生写作时无从下笔的问题,本书特意精选常考热点话题,为考生奉上精品预测模拟题 43 篇,其难度、风格、特点均与真题保持高度一致,预测性强,是考生练习综合能力写作试题的首选。

希望本书能够帮助考生攻克综合能力考试中的写作难关,成功圆梦。本书在编写过程中,尽管尽心、尽力、尽责,但书中难免仍存在失误和有待商榷之处,希望广大读者朋友不吝指正,我们将不胜感激。

管理类专业硕士联考命题研究中心

二〇一四年三月于北京

管理类专业硕士联考命题研究中心

管理类专业硕士联考命题研究中心

目录

上篇

论证有效性分析

第一章 历年真题	(2)
1. 2002 年 1 月真题	(2)
2. 2003 年 1 月真题	(3)
3. 2004 年 1 月真题	(5)
4. 2004 年 10 月真题	(6)
5. 2005 年 1 月真题	(8)
6. 2005 年 10 月真题	(9)
7. 2006 年 1 月真题	(11)
8. 2006 年 10 月真题	(12)
9. 2007 年 1 月真题	(14)
10. 2007 年 10 月真题	(16)
11. 2008 年 1 月真题	(18)
12. 2008 年 10 月真题	(19)
13. 2009 年 1 月真题	(21)
14. 2009 年 10 月真题	(23)
15. 2010 年 1 月真题	(24)
16. 2010 年 10 月真题	(26)
17. 2011 年 1 月真题	(28)
18. 2011 年 10 月真题	(29)
19. 2012 年 1 月真题	(31)
20. 2012 年 10 月真题	(33)
21. 2013 年 1 月真题	(35)
22. 2013 年 10 月真题	(37)
23. 2014 年 1 月真题	(39)



第二章 模拟题	(41)
---------------	------

下 篇

论 说 文

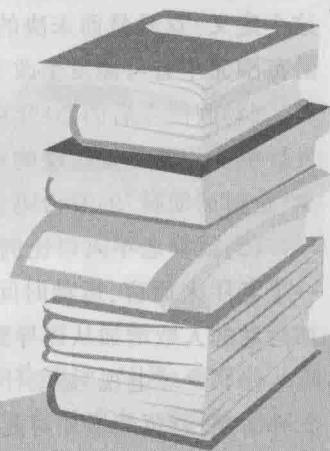
第一章 历年真题	(70)
1. 1997 年 1 月真题	(70)
2. 1997 年 10 月真题	(71)
3. 1998 年 1 月真题	(72)
4. 1998 年 10 月真题	(73)
5. 1999 年 1 月真题	(74)
6. 1999 年 10 月真题	(75)
7. 2000 年 1 月真题	(76)
8. 2000 年 10 月真题	(77)
9. 2001 年 1 月真题	(78)
10. 2001 年 10 月真题	(80)
11. 2002 年 1 月真题	(81)
12. 2002 年 10 月真题	(82)
13. 2003 年 10 月真题	(83)
14. 2004 年 1 月真题	(84)
15. 2004 年 10 月真题	(85)
16. 2005 年 1 月真题	(86)
17. 2005 年 10 月真题	(88)
18. 2006 年 1 月真题	(89)
19. 2006 年 10 月真题	(91)
20. 2007 年 1 月真题	(92)
21. 2007 年 10 月真题	(93)
22. 2008 年 1 月真题	(94)
23. 2008 年 10 月真题	(96)
24. 2009 年 1 月真题	(97)
25. 2009 年 10 月真题	(98)
26. 2010 年 1 月真题	(100)
27. 2010 年 10 月真题	(101)
28. 2011 年 1 月真题	(102)
29. 2011 年 10 月真题	(104)
30. 2012 年 1 月真题	(105)
31. 2012 年 10 月真题	(107)



32. 2013 年 1 月真题	(108)
33. 2013 年 10 月真题	(109)
34. 2014 年 1 月真题	(110)
第二章 模拟题	(113)
一、材料作文	(113)
二、话题作文	(123)
(一) 爱国奉献	(123)
(二) 改革创新	(124)
(三) 包容和谐	(125)
(四) 厚德诚信	(127)
(五) 敬老尊贤	(129)
(六) 恒心毅力	(130)
(七) 尊师重教	(131)
(八) 竞争双赢	(132)
(九) 惜时勤俭	(133)
(十) 学习进取	(134)

上篇

论证有效性分析





第一章

历年真题

1. ■2002 年 1 月真题■

阅读以下材料,对材料提出的论证进行评论,写一篇评论型议论文。题目自拟,500 字左右。

下文摘录于某投资公司的一份商业计划:

“研究显示,一般人随着年龄的增长,用于运动锻炼的时间逐渐减少,而用于看电视的时间逐渐增多。在今后的 20 年中,城市人口中老年人比例将有明显的增长。因此,本公司应当及时地售出足量的‘达达运动鞋’公司的股份,并增加在‘全球电视’公司中的投资。”

对上述论证进行评论,分析上述论证在概念、论证方法、论据及结论等方面的有效性。

■逻辑问题解析■

本题题干论证中存在以下逻辑漏洞,供参考:

(1)“研究”是否可信?其研究对象是什么?是针对某一特定群体的研究吗?他们能代表“达达运动鞋”及“全球电视”的消费者抑或潜在消费者吗?如果研究对象成问题,基于此的后续推论就很有可能无法成立。

(2)该“研究”的结果可以代表今后 20 年的客观事实吗?在越来越重视养生的今天,人们的运动时间有没有可能增加?如果锻炼时间减少,人们就一定会花更多时间来看电视吗?

(3)“城市中老年人”这一概念可否界定清楚一点?是指老年人还是中老年人?哪个年龄范围符合这个定义?这是悬而未决的问题。而且随着人均寿命的增长,在今后 20 年中,中老年、老年等概念的年龄范围完全有可能发生改变,到时候又如何划分人们的年龄阶段呢?

(4)假使今后的 20 年中,城市里老年人的比例确实有明显的增长,别的年龄阶段的人口又会如何发展呢?倘若热爱运动的青少年越来越多,其人口增加比例超过老年人的增加比例,那么还有必要减少“达达运动鞋”的股份吗?

(5)就算老年人口比例增长了,这一定就意味着这类人群不需要着运动鞋来锻炼了吗?也许就某一个老年人而言,运动时间减少可能导致更换运动鞋的次数减少,但就老年人群体而言,可能会因参加运动的人数增加从而导致对运动鞋的需求量的增加。

(6)“全球电视”是家什么样的公司?是生产电视机的,销售电视机的,还是做传媒的?不把这个概念弄清楚,就贸然增加对此公司的投资,是不是草率了些?

(7)我们就假设这家公司生产电视机,借此来进一步分析问题。电视机生产行业现状如何?20 年后的发展又是否乐观?如果彼时整个行业的利润率普遍下降,那么增加投资就太冒险了。

(8)就算整个行业发展形势乐观,具体到某个企业,一定也会有利可图吗?如果该公司生产、管理和销售成本过高,那它仍然不会盈利,甚至可能亏损。既然如此,还有必要增加对其投资吗?

(9)如果要增加对“全球电视”的投资,就非得同时售出“达达运动鞋”公司的股份吗?实际情况完全有可能是“达达运动鞋”将来的利润即便下降,却依然高于全球电视上升之后的利润。如果是那样,上述做法就非常不合算了。



参考范文

一份值得商榷的商业计划

该公司通过研究得出运动鞋将失去投资前景,而电视将有加大投资必要的结论。

此论证初看似乎有理,但是仔细分析可以发现不少缺漏。

首先,该“研究”是否可信还是个未知数。其研究对象是什么?是针对某一特定群体的研究吗?他们能代表“达达运动鞋”及“全球电视”的消费者抑或潜在的消费者吗?如果研究对象成问题,基于此的后续推论就很有可能无法成立。

其次,就算研究结果可信,它可以代表今后 20 年的客观事实吗?人们的运动时间有没有可能增加?随着经济的发展,人们在养生休闲方面的要求将可能越来越高,将来完全有可能产生新的消费需求,在运动器材,例如运动鞋上的消费量或许将不减反增。因此,运动鞋将失去市场这一推论是难以成立的。

再次,根据“城市人口中老年人比例将有明显增长”不足以推出运动鞋的需求会减少。一方面比例的增长不必然代表着数量的增加,另一方面今后的 20 年中,别的年龄阶段的人口会如何发展还不明确。倘若热爱运动的青少年越来越多,其人口增加比例超过老年人的增加比例,那么还非得减少“达达运动鞋”的股份吗?

最后,该公司作为投资者忽视了投资中最基本的一点,整个行业发展形势乐观,具体到某个企业,就不一定有利可图。因为一个公司是否赚钱,不仅取决于某个产品是否好销,同时也取决于该产品的生产、销售成本以及管理成本等诸多因素。所以,该公司仅凭目前有限的信息就做出投资决定,未免草率。

因此,不难看出这是一份漏洞百出的商业计划。要真正做出科学的投资决策,还必须做进一步深入的研究。

范文简评

本文指出了该论证中的四个不同类型的逻辑错漏,并逐一进行深入分析,条理分明,层层深入,结构完整,质疑有力,行文流畅,无语病。

2. ■2003 年 1 月真题■

把几只蜜蜂和苍蝇放进一只平放的玻璃瓶,使瓶底对着光亮处,瓶口对着暗处。结果,有目标地朝着光亮拼命扑腾的蜜蜂最终衰竭而死,而无目的地乱窜的苍蝇竟都溜出细口瓶颈逃走。是什么葬送了蜜蜂?是它对既定方向的执著,还是它对趋光习性这一规则的遵循。

当今企业面临的最大挑战是经营环境的模糊性与不确定性。在高科技企业,哪怕只预测几个月后的技术趋势都是件浪费时间的徒劳之举。就像蜜蜂或苍蝇一样,企业经常面临一个像玻璃瓶那样的不可思议的环境。蜜蜂实验告诉我们,在充满不确定性的经营环境中,企业需要的不是朝着既定方向的执著努力,而是在随机试验的过程中寻求生路,不是对规则的遵循而是对规则的突破。在一个经常变化的世界里,混乱的行动比有序的衰亡好得多。



逻辑问题解析

本题题干论证中存在以下逻辑漏洞,供参考:

(1)题干论证中存在不当类比的逻辑错误。蜜蜂实验只是一种生物的行为实验,不能由它恰当类比出企业管理的问题。企业管理涉及的因素纵横交错,不像蜜蜂的行为那么简单。

(2)题干论证中存在以偏概全的逻辑错误。在具有模糊性与不确定性的经营环境中,虽然企业用随机试验的方法可能取得成功,但企业理性决策成功的概率要远远大于随机试验的成功概率。不能因为存在小概率的随机试验成功的特例,就认为企业可以在随机试验中而不是对规则的遵循中寻求生路。

(3)题干论证中,“企业需要的不是朝着既定方向的执著努力”这种说法过于片面化,企业经营需要理性的分析和科学的决策,对于既定方向是否要坚持走下去,是要根据实际情况进行具体分析。

(4)题干论证中,“哪怕只预测几个月后的技术趋势都是浪费时间的徒劳之举”所体现的认识是错误的。虽然技术预测具有不确定性,但是并不能说明技术趋势是不可以预测的,更不能说明技术趋势的预测是件浪费时间的徒劳之举,技术预测是企业经营决策的重要依据,有着重要的地位。

(5)题干论证中存在偷换概念的逻辑错误,把“企业经营的不确定性要求不能机械地遵循规则”偷换成了“企业经营的不确定性要求不遵循任何规则”。没有规矩不成方圆,任何形态的组织都得遵循规则。

(6)题干论证中“混乱的行动比有序的衰亡好得多”过于绝对化。在一个经常变化的世界里,并不是只有混乱的行为和有序的衰亡两种选择,我们没有必要因为反对有序的衰亡而支持混乱的行动。

参考范文

摒弃规则是否是企业经营之道

上文通过对蜜蜂的实验结果的分析得出关于企业经营的结论:企业在经营中要放弃对规则的遵循,采取混乱的行为。这样的论证显然是站不住脚的。

其一,题干论证中存在不当类比的逻辑错误。题干对蜜蜂和苍蝇进行实验,得出对既定方向的执著会葬送生命的结论,由此机械地类比出企业经营时需要的不是朝着既定方向的执著努力,而是在随机试验的过程中寻求生路。这种类比思维是不可行的。人具有蜜蜂所不具有的思维和理性,可以通过情况的变化来判断是调整还是坚持现有方向。

其二,题干论证中存在自相矛盾的逻辑错误。题干论证中想要将蜜蜂和企业进行类比从而得出结论,本应强调二者的相似之处,但题干在论述二者所处的环境时,却着重放在二者的不同点上。在论述实验环境时,强调瓶子的位置和光亮的位置都是确定不变的,而在后续论述企业经营的环境时,却一直在强调环境的变化无常。对于两种环境不同点的强调与作者想要得出的结论显然是相悖的。

其三,题干认识错误。技术的预测是不确定的,但是这并不意味着技术趋势的预测也是不确定的,更不能说明进行预测是浪费时间的徒劳之举。事实上,对未来的科学预测是每一个企业进行科学决策的必要条件,只有有了预测,才能实现科学的决策。

其四,题干存在不当推断。环境的无常推不出“混乱无序的行为要比遵循客观的规则好得多”。环境的无常是企业经营必须面临的,在无常的环境中进行科学的决策和理性的分析才是可取的。

总之,该论证存在诸多逻辑问题,其论断缺乏有力的依据,由此得出的结论很难让人信服。可以想象,如果真的有企业将其奉为经典,那么无论是哪个企业,这都将是一场“灾难”。



范文简评

本文从论证的诸多逻辑错误中挑选了四个进行具体阐述,质疑有力,分析到位。不过此文的瑕疵在于,第一个分论点已经指出了“把企业比作蜜蜂和苍蝇,有机械类比的嫌疑”,第二个分论点还是在第一个分论点的基础上着眼进行分析。写作成文时同一地方同一类型或相似类型的逻辑错误宜合并,如此较为紧凑。

3. ■2004年1月真题■

目前,国内约有1 000家专门的公关公司。去年,规模最大的十家本土公关公司的年营业收入平均增长30%,而规模最大的十家外资公关公司的年平均收入平均增长15%;本土公关公司的利润率平均为20%,外资公司为15%。十大本土公关公司的平均雇员人数是十大外资公关公司的10%。可见,本土公关公司利润水平高、收益能力强、员工的工作效率高,具有明显的优势。

中国公关协会最近的调查显示,去年,中国公关市场营业额比前年增长25%,达到了25亿元;而日本约为5亿美元,人均公关费用是中国的10多倍。由此推算,在不远的将来,若中国的人均公关费用达到日本的水平,中国公关市场的营业额将从25亿元增长到300亿元,平均每家公关公司就有3 000万的营业收入。这意味着一大批本土公关公司将胜过外资公司,成为世界级的公关公司。

■逻辑问题解析■

本题题干论证中存在以下逻辑漏洞,供参考:

(1)混淆了“收入增长速度”与“收入水平”这两个概念,通过比较本土和外资公关公司的年营业收入增长的百分比,不必然推出两者年营业收入的实际高低情况。营业收入增长率只有在增长基数基本相同的情况下才能说明收益能力的差异,没有基数的百分比是没有意义的。本土公关公司和外资公关公司的发展程度是不同的,增速快不代表水平一定高,可能是因为基数本身比较小。因此无法从论证者的数据中,得出相关的结论。

(2)认为“雇员人数”与“员工工作效率”线性相关,而事实上雇员人数的多少不仅取决于员工工作效率,也和公司规模、企业人力规划等都有关系。作者的单因论推断是存在着逻辑漏洞的,并不能依据“十大本土公关公司的平均雇员人数是十大外资公关公司的10%”得出前者比后者工作效率高。

(3)利润率与利润水平是两个不同的概念,前者代表的是相对值,后者代表的是绝对值。不能根据本土公关公司的平均利润率比外资公司高,推断出本土公司的利润水平比外资公司高。即使本土公关公司的平均利润率高,但是总体利润水平仍有可能低于外资公司,作者犯了概念界定不清的错误。

(4)由日本公关市场的发展过程不必然推出中国公关市场未来发展的状况。两个国家无论是在人口结构、消费者收入、城市化进程,还是消费习惯等方面都存在极大的差异。因此,仅凭日本的人均公关费用是中国的10多倍,就推出如果中国的人均费用达到日本的水平,中国公关市场的营业额将从25亿元增长到300亿元,这样的结论是不科学的。

(5)对未来市场总额的估计与现在市场中企业的总数不是同一时点的数据不具有可比性。未来公关市场营业额的增长,公关公司数量的增长也可能是一大动因。论证者使用中国公关市场的营业额将增长到300亿元的预测数据,计算出平均每家公关公司有3 000万元左右的营业收入,缺少一个隐含假设是公关公司的数量不变,而这个假设是很难成立的。



(6)中国公关市场的营业额的增长,不能成为大批本土公关公司将胜过外资公司的根据,这属于不当推定。因为中国公关市场营业额的创收应该同时包括本土和外资公司。即使中国的公关营业总额增加到 300 亿元的水平,即使平均到一个公司营业收入水平很高,但这些公司中既包括本土公司,也包括外资公司,无法得出本土公司必将击败外资公司的结论。

(7)当我们讨论本土公关公司中是否会诞生一批世界级公司时,采取平均的方法所推算出的每个公司的平均营业收入缺乏说服力。根据经济学上的“二八理论”,一个行业中,常常是 20%的企业创造了 80%的市场营业收入。所以,这种根据平均值推断的方式存在很大的漏洞。

参考范文

美梦能否成真

论证者通过一系列数据堆砌和诸多推论假设,得出了一大批本土公关公司将胜过外资公司,成为世界级公司的结论。整个论证过程中存在诸多漏洞,因此得出的结论也是难以令人信服的。

首先,公司员工的工作效率和公司员工人数二者之间并不是简单的线性关系。公司的雇员人数不仅取决于工作效率,还和公司规模大小、企业人力资源规划等息息相关。论证者基于十大本土公关公司的平均雇员人数是十大外资公关公司的 10%,不足以论证本土公司员工的工作效率更高。论证者要加强论证,还需提供更多精准的数据。

其次,由公关公司的年营业收入增长的百分比也不能必然推出公关公司年营业额的实际情况。没有基数的百分比是没有重要意义的,只能代表一个相对的比率,而无法说明本土公关公司的收益能力一定比外资公关公司的收益能力强。因此,我们无法从论证者的数据中,得出相关的结论。

再次,且不论我国公关市场的营业额不太可能迅速追赶上日本的水平,就算我国公关市场的营业额不久就增长到 300 亿,但很可能外资公关公司占去了 90%以上;或者在公关公司的未来市场上有很多新晋之秀的身影也未可知。所以,文中得出的未来就会有一大批的本土公司能够达到 3 000 万元的营业收入的结论实难成立。

最后,论述者由日本公关市场的发展过程不能必然推出中国公关市场未来发展的状况。这两个国家无论是人口结构、消费者收入、城市化进程还是消费习惯,都是不同的。显然,简单地将日本的公关市场的发展过程推广到中国,是不恰当的类比。

总之,由于该论证存在上述诸多逻辑问题,论断缺乏有力的依据,作者得出的结论难以令人信服,只能是一个美丽的梦想,经不起理性的推敲。

范文简评

本文思路清晰,层次分明,首尾呼应。引论部分态度鲜明,观点明确。本论部分挑出四个不同类型的漏洞,分四段加以深入分析,论述有力,个个入理,彰显作者批判性思维的功底。

4. ■2004 年 10 月真题■

有两个人去深山打猎,遇到一只凶猛的老虎,其中一人扔下行囊,撒腿就跑。另一人朝他喊:“跑有什么用,你跑得过老虎吗?”头一个人边跑边说:“我不需要跑赢老虎,只要能跑赢你就够了。”

这个故事告诉我们,企业经营首先要考虑的就是如何战胜竞争对手,因为顾客不是选择你,就是选择你的竞争者,所以只要在满足顾客需求上比竞争者快一点,你就能够脱颖而出,战胜对手。要想跑