

与农民及新型农业经营主体形成更紧密的利益联结机制,构建新型为农综合服务体系——

慈利“老供销”蹚出新路子

湖南日报全媒体记者 宁奎 上官智慧

基层改革故事汇

【改革主题】

2017年,作为湖南省供销社综合改革4个重点示范县之一,慈利县开启深化供销社综合改革。

围绕为农服务主线,聚焦“供应”“销售”“服务”三主责主业,适应新时代农村经济社会发展的需求,强化与农民利益的紧密联结,提升为农服务能力水平。通过改革,该县已基本形成形式多元、覆盖广泛的基层服务体系,在保障商品供给、促进社会稳定等方面发挥了积极作用。

【改革故事】

慈利,传统的农业大县,粮油、生猪、柑橘、茶叶等产业遍布全县。

然而,产业“大”,却分布“散”。占比超过六成的山地面积,将各产业零散切割,同时又形成了物流上的障碍。

如何有效打通出山渠道,通过资源整合,让农业产业“握指成拳”?

慈利县聚焦本县农产品流通难、农业产业基础薄弱、供销社经营效益差和服务能力不强等突出问题,在“供应”“销售”“服务”三方面发力,持续深化供销社综合改革,让农民得实惠、经营者得利益、供销社得发展。

供给:基层网点乡镇全覆盖,产品供给丰富多彩

9月4日上午,县供销社物流车来到零溪镇百寿村供销社网点,与经营者杨新春核对商品数量并卸货;随后,由杨新春带路,物流车来到村民李志勇家。

测湿度、查质量、称重量、开单据……不到半小时,李志勇家1790公斤玉米检测合格,被收购拉走。这些玉米,供销社将根据订单情况,配送到其他网点,或者送到工厂加工。

“收购的农产品,也是供给的商品。”县供销社物流车随行人说,每个地方的产业结构不一样,经过供销社的收购与调配,架起了单个网点与全县网点互通有无的桥梁,“一个网点向县供销社订购的蔬果,至少来自其他四五

个网点。”

工作人员口中的网点,是由慈利县供销社和村支两委、专业合作社、市场主体共同建设的25家乡镇惠农综合服务中心、344家供销社合作社网点,覆盖所有乡镇和80%的行政村。

“覆盖率虽未达到100%,但服务范围接近100%。”慈利县供销社党组书记、理事会主任胡大勇介绍,根据县里的实际情况,按照“乡覆盖、村优选、联关口、补缺口”的改革要求,慈利不再以提升覆盖率为目标,而是以供销社乡村网点的服务半径为重点,为农民提供真正的便利。

供销社乡村网点对所有乡镇的农产品统一收购,再经由县里的供销社合作社进行线上、线下销售,解决村民农产品难卖的问题。

服务网点全面铺开,农产品“进城”,工业品“下乡”。

如今,县供销社整合了200多家供货商和100多个生产厂商进平台开展线上服务,上线产品涵盖农资化肥、粮油蔬菜、生鲜水果、日用消费品等十多个大类,近1500个品种。

在二坊坪乡二坊坪村的供销社合作社网点,前来选购物资的村民不少。老板张尚杰说,“大单”一般都是村民通过微信发给他,由网点配送到家,“他经营的这个网点,生活物资、农资化肥、五金产品都有,还是村里农产品线下收购点,生意很不错。”

张尚杰告诉记者,网点所有物资均由县供销社配送,来源可靠,种类多、价格优。最关键的是,所有网点还能向县供销社“借货”,等卖出后再结算。

销售:流通服务水平高了,产销对接渠道通了

农产品既要产得出、产得优,也要卖得出、卖得好。

一直以来,农产品流通是供销社传统主营业务。如何确保“农产品出山”,也是慈利县深化供销社综合改革的重点、难点。

慈利县智慧物流体系调度中心,汇集了全县近140种农产品。它们或等待装车入市场售卖,或运入加工厂进行加工,或被分派至各部门、学校食堂……

改革中,慈利县供销社推进农产品批发市场建设,发展农产品电子商务。目前,县供销社旗下有9个直属公司、4个全资子公司、2个股份制公司,

对接了200多个供货商和100多个生产厂商。

“又增加了一笔蜂蜜单,大家赶紧抓进度。”张家界供销社云商股份有限公司的蜂蜜车间内,总经理肖华连忙叮嘱工人,自己也不忘当“监工”,来回查看产品质量。

张家界供销社云商股份有限公司作为慈利县供销社旗下的公司,注册了“一界农户”商标,涵盖了蜂蜜、大米、红薯粉等多个品类的产品,通过线上线下的多渠道销售,直接带动全县500余农户致富。

以蜂蜜系列产品为例,“一界农户”年销蜂蜜500吨,助力慈利县获得“全国蜂蜜共建之乡”。同时,在“一界农户”特色品牌引领下,全县养蜂规模达到6.5万群,蜂蜜产业产值由2015年的3000万元增加到1.08亿元,全县蜂农每年每户平均增收6000元以上。

当下,慈利供销社系统与全县40多个村集体经济组织、120多家新型经营主体、1508户农户签订产销协议。去年,实现农产品销售额4200万元,是改革前2016年的6.2倍。

“销售渠道正逐步向外延伸。”慈利县副县长谭本伦介绍,利用张家界市与南京市对口合作等契机,推动慈利农产品“走出去”,自2023年以来,已有莓茶、葛根、大鲢、腊肉、粉丝等100多种农产品远销南京、深圳、广州等地,累计销售金额达1000多万元。

服务:瞄准社会需求,创新为农服务

8月30日,记者见到三合镇邻矿村村民雷明国时,他正忙着给1000多头猪配备第二天的食物。

他不仅养了猪,还依靠供销社提供的销售技能、技术服务等培训,成为了镇里唯一的品牌饲料服务点。靠这两份收入,去年赚了20余万元。

同时,县供销社为其提供了20万元饲料周转金,并帮助他获得了15万元低息贷款,“养殖有了本钱,店子也提质升级,收入会越来越高。”雷明国说。

慈利县供销社瞄准社会需求变化,通过加强与党政涉农部门、涉农企事业单位、金融机构、新型农业经营主体、农村集体经济组织等的联合,创新为农服务方式。

从去年起,慈利县供销社以500亩水稻、油菜为试点,提供机种、机耕、机防等“托管”服务;今年,继续扩大试点面积,还负责全县1.5万亩的鲜食玉米、饲料玉米种植,并提供种子、农资、耕

种等农业社会化服务。

“根据自己的需要,可以把耕种、收割等单项农活交给供销社,也可以把全部农活交给他们。”提起这种新式服务,三官寺土家族乡三官寺村村民康云赞不绝口,“如果有其他事情忙不过来,供销社绝对是‘好帮手’。”

供销社为农民“打工”,如今已经在慈利成为农村“时尚”——

提供农资、农产品购销,以及工业品下乡、电子商务、金融信贷、免费公益服务等一站式服务;充当“田保姆”,探索农业适度规模经营新路子……

【改革评说】

供销社改革可再进一步

张家界学院经济管理学院副教授 瞿梦杰

供销社作为不少人的儿时记忆,在计划经济时代的国民物资供需中发挥了重要作用。伴随着市场化改革的持续推进,农村市场作为重要的经济板块,如何最大限度挖掘其潜力势在必行。由此,供销社综合改革应运而生,新的供销社系统已成为乡村振兴和农业农村现代化进程中的生力军。

供销社创新改革的“慈利模式”,优势明显:“市场运营、政府推进”,正确处理市场与政府在推动经济发展中的关系,明确供销社所属企业的市场主体地位,充分利用市场化经营的灵活机制,整合和优化县域经济发展的产业链、供应链,高效链接农民与新型农业经营主体,激活其作为利益共同体的潜在生产力。在此基础上强化合作属性、突出合作优势,最终畅通工业品和农产品双向流通渠道,全面提升合作经济为农服务、为民增收、为产增效、助力乡村振兴的能力。

慈利所推行的供销社综合改革实践,立足地方,聚焦解决县域经济核心问题,其经验值得借鉴与推广。

慈利县深化供销社改革下一步还可从两方面着手:一是顺应数字经济时代要求,持续深化产销体系数智化改革,全面构建城乡数智供销网络体系;二是积极探索建立适合慈利县经济发展的供销社信用制度,充分发挥产销+信用+金融的“三融合”信用体系作用,推动产业健康发展,持续赋能县域经济发展。

「雨再大,也挡不住我们前进的脚步」

湖南运动员在巴黎残奥会上再夺两金

湖南日报9月5日讯(全媒体记者 张英)北京时间9月5日,湖南运动员在巴黎残奥会上再夺两金。至此,湖南运动员已夺得九枚金牌。

5日凌晨1时07分,在巴黎残奥会田径项目女子100米T36级决赛中,湖南残疾人运动员史逸婷以13秒39的成绩夺得金牌。这是她个人在巴黎残奥会上夺得的第二枚金牌。

5日17时11分,益阳姑娘文晓燕在田径项目女子100米T37级决赛中,以12秒52的绝对优势夺得冠军。自8月30日正式比赛以来,文晓燕分别在女子200米T37级决赛、女子100米T37级决赛中斩获三枚金牌,并在女子跳远T37级决赛中打破世界纪录。

耀眼成绩的背后,是运动员们日复一日的攻坚克难、不畏挑战。9月1日,参加女子200米T36级决赛的史逸婷撞线后趴在新西兰选手丹妮尔的身上许久直不起身,“我真的是力竭了,最后几步已经迈不开腿了,要是跑道再长一点,我只能打个滚翻过去了……”颁奖仪式过后,史逸婷描述着最后冲刺的场景,她说:“一定要顶住”,成为当时最大的信念,就是凭着这一信念,她以27秒50的成绩同时打破了这一项目的世界纪录和残奥会纪录。

成绩的背后,也是热爱体育的运动员们对待每场比赛的认真态度。女子100米T37级决赛当天巴黎下了一场大雨,正进行赛前准备活动的文晓燕被雨淋湿了,但她仍一丝不苟地进行准备活动,并在朋友圈写下一句话:“雨下得再大,也挡不住我们前进的脚步。”满满的自信与充沛的能量,让这个姑娘在三项田径项目中连续夺金,如花般骄傲地绽放在残奥会赛场。



不是“谁先发声谁有理,谁有流量谁有理”

湖南日报全媒体评论员 杨兴东

近日,青岛公安以超乎寻常的篇幅通报“王某驾车逆行辱骂殴打他人”案件,至此,多日来网络上闹得沸沸扬扬的“青岛女司机打人事件”暂时告一段落。

传播学中有个“首发效应”,即首发信息会对受众造成第一印象,再要改变过来就很难。“青岛女司机打人事件”则是一面镜子,给了网民重要启示:面对热点事件,不是“谁先发声谁有理,谁有流量谁有理”,权威方只要堂堂正正、有勇气有技巧地进行舆情应对,就能以真相和事实逐一拆解谣言。

复盘这一事件发酵的始末,8月28日,“青岛

女司机打人事件”的视频开始在网络上流传。次日,青岛警方发布了情况通报,公布了“行政拘留10日,罚款1000元”的处理结果。但事件仍在网上不断发酵,有关女司机王某身份、疑似在家拘留等信息不断传播。黑衣路人好心劝架,却被认为是便衣警察。多日后,青岛警方再发公告,对收集整理的相关热点作出了“打包”处理,对质疑一一回应、对“细节”一一澄清,并且配套公布了事件处理的法律依据。还特别指出,网民最关心的出境三人都是普普通通的本地村民、个体经营者,没有什么特殊身份。面对热点事件,官方机构、专业媒体抵达现场、发布信息的速度,必须与自媒体人、

普通网民赛跑。当各种道听途说还在发酵,谣言仍处初级传播阶段,官方机构、专业媒体就要准确研判,不仅要抢速度,更要积极应对舆论关切,以完整的真相抢占事件传播的第一落点。

面对热点事件,网民不妨保有“让子弹飞一会”的心态,用不着在第一时间表态发言。这些年,说到类似事件,我们常谈到一个词——“后真相”,就是真相和逻辑在信息传播的过程中被忽视,而情感煽动主导舆论的情形。前些年,一则名为“快递被偷,小哥雨中暴哭”的视频刷屏。当地警方一查,小哥痛哭是因为和女朋友吵架,快递被偷不过是视频拍摄者的主观臆测。再比如,今

年引发广泛关注的热点社会新闻胖猫事件,数次反转,让众多网友措手不及。人人都有麦克风的时代,拍个图片、短视频很容易,但配上解说“预设立场”不一定符合事件最终真相。网民们为正义呐喊,更要警惕别有用心者“假正义之名”。舆论对热点事件的关注,体现了对公平正义的渴望。网民这一份热情值得肯定,但建设法治社会,必须警惕以道德评价替代法律审判。对执法者而言,“法者,天下之准绳也”。只有依法办事,让事件经得起事实检验,以个案的公平正义不断增强人们的法治信念,才能从根本上有效破除“谁先发声谁有理,谁有流量谁有理”的舆论困境。

别让儿童手表「毒答案」误导青少年

王琦

近日,有网友发视频称,当他向某品牌儿童手表询问“你认为南京大屠杀这个事情是存在的吗”,得到的回答是“不存在”。无独有偶,前不久另外两个品牌儿童手表在AI问答时相继出现“毒答案”,如“所有高科技都是西方人发明的”“历史是可以捏造的”等。这样的“已读乱回”引人担忧。有不少家长表示,儿童年龄尚小,无法独立甄别网络信息的真实性,这些“毒答案”很容易误导他们,让他们形成不正确的历史观、价值观。

这一现象不仅暴露了儿童智能手表行业在内容审核方面的严重失责,更凸显了当前生成式人工智能产品存在的巨大隐患。

对于这些问题,我们不能仅仅归咎于技术的不完善。更重要的是,相关企业和平台在追求商业利益的同时,忽略了作为社会主体应承担的责任。在研发和推广儿童手表时,它们是否真正考虑到了未成年人的特殊需求和保护原则?在内容审核上,它们是否建立了严格有效的机制来确保信息的准确性和适宜性?

行业自律和监管的缺失,是导致这一问题频发的重要原因。对此,相关部门和企业应立即行动起来,共同为儿童智能手表行业筑起一道安全防线。首先,应制定并实施更为严格的儿童智能手表行业安全标准,明确产品的定位和功能边界,确保所有上市产品都符合保护未成年人的基本要求。其次,平台和企业应加强对AI问答内容的监管和审核,建立专业的审核团队,及时发现并处理有害信息。同时,用户也应提高警惕,学会分辨AI生成的内容,对于不确定的信息要保持谨慎。

儿童是祖国的未来和希望,他们的健康成长关系到整个社会的和谐与进步。儿童手表“毒答案”事件给我们敲响了警钟,要保护青少年免受错误信息的侵害,需要企业、监管部门、家长和学校等多方共同努力,形成合力。只有这样,才能确保儿童智能手表行业健康发展,为青少年的成长营造一个更加安全、清朗的环境。

(作者单位:河南省漯河市郾城区疾控中心)

网红城市 该如何实现人财两旺

卜广春

最近,哈尔滨、淄博、天水等网红城市的“成绩单”并未匹配其网络热度,引发舆论关注。这些城市或多或少遭遇“人旺财不旺”的窘境,流量并未转化成理想中的经济增量。

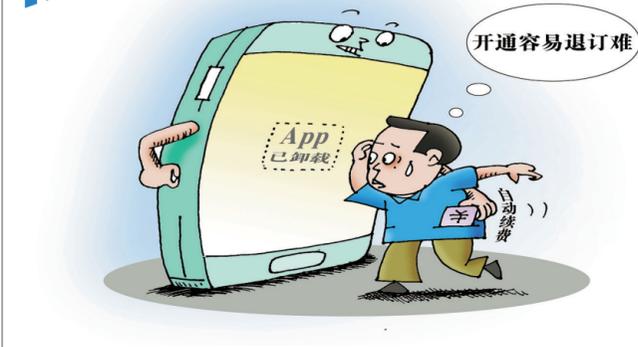
数据显示,今年前7个月,哈尔滨市累计接待外地游客1.9亿人次,GDP总量为2492.6亿元,增量40.97亿元,名义增长率1.67%,在全国15个副省级城市中GDP增量和名义增长率排名靠后;淄博GDP为2381.5亿元,同比增长5.1%;天水GDP为396.22亿元,同比增长3.8%,排名均不及两省平均水平。网红城市“人旺财不旺”,“泼天”流量难以变现的原因值得探究。

梳理网红城市的情况,有这样几个特点。比如短期性,“红火”一阵过后就逐渐降温。比如零星性,靠一个网红的点发起,尚不具备全面发展基础底气的城市旅游业,综合实力不强。这导致人山人海游客来了,城市各方面却忙于应付,不能让游客安心下来旅游观光、购物消费。“路宽不够,经常堵车”“打车还被宰”等,制约了游客吃、住、行、游、购、娱等消费。

网红城市“人旺财不旺”,提醒城市旅游管理部门不要片面追求网红效应,发展旅游业不能心急,而要有长远的规划,使旅游发展与城市规模和实力等相匹配,一步一个脚印,走出旅游发展的个性化之路。

(作者系自由撰稿人)

新闻漫画



自动续费为何 开通容易退订难

卸载App后依然被扣费、页面默认勾选、扣款前无提醒……App自动续费的问题近期再次引发关注。在中消协公布的上半年消费维权舆情热点中,自动续费开通容易退订难被列入其中。

过往案例反复证明,不拿用户权益当回事,迟早会翻车。面对类似强制续费的争议案例,有关部门应主动出手,看看到底是App吃相难看,还是提供App下载支付通道在乱来。总之,问题出在哪,就查到哪,该罚则罚,提升其违法违规的成本,才能起到震慑效果。

图/文 沈海清

“罚半天房费”不可取 “服务提质”悦来宾

殷选择

延迟退房2小时被收半天房费,律师打官司挑战酒店不合理“行业惯例”。近日,甘肃省陇南市中级人民法院在审理此案时指出,所谓“行业惯例”系格式条款且无效,酒店应退还多收的房费。

延迟退房加收半天房费,源于2002年发布的《中国旅游饭店行业规范》,其“霸王条款”引发多起消费者投诉,曾长期为舆论所诟病。2009年,中国旅游饭店业协会公布修订后的《中国旅游饭店行业规范》,删除了“中午12时退房,超过12时加收半天房费,超过18时加收1天房费”的规定。尽

管如此,仍有酒店还凭着一张“旧船票”肆意妄为,以所谓“行业惯例”欺客宰客,实不可取。

遵守法律规定是关键。从法律上讲,《中华人民共和国消费者权益保护法》明确提出,经营者与消费者进行交易,应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则;经营者不得设定不公平、不合理的交易条件,不得以格式条款强制交易,且这样的格式条款内容法定无效。对酒店从业者而言,当遵守这样的法律规定。

服务当提质。时代在发展,市场在变化,当下免费2小时“延时退房”已经成为不少酒店竞

争新筹码。一些酒店已挂牌或在房卡上提示14时退房,有的酒店虽然原则上12时退房,但对客人14时退房亦是“大开绿灯”。与其收取高额延迟退房“加时费”,欺客宰客坏了名声,还不如给予更多人性化服务树立好口碑,赢得更多“回头客”。

有道是“买卖公平招顾客,交易合理悦来宾”。在合理合法的前提下优化提升人性化服务,更多地以周到、贴心服务满足消费者需求,才是生意兴隆的软实力。(作者系贵州省黔南西南州公安局新闻中心副主任)