

编读互动

愿“最美大院”再多些

5月14日《经济日报》刊登的《书写新时代的“陋室铭”》,报道了河北灵寿县...

现在,随着物质水平提高,勤俭节约、艰苦奋斗的“传家宝”被一些人视为过时...

(陕西省咸阳市 周荣光)

节约用水重在落实

读罢5月18日《经济日报》刊登的《“南水”进京能治本吗》一文,笔者在欣喜...

南水北调中线工程将在今年汛期之后通水,京城百姓即将喝上甘甜的丹江水...

笔者建议,首先,要加大水政违法查处的执法力度和宣传力度;其次,实施奖罚分明的政策措施...

(河南西峡县 胡永俊)

勇于迈出创业第一步

5月14日《经济日报》13版刊登了《青年创业在“雁城”》,介绍了湖南衡阳通过政策引导、技能培训、资金扶持多措...

近几年,我国大学生毕业就业压力增大,不少大学生渴望通过自主创业来实现自己的理想...

“喊破嗓子不如甩开膀子”,大学生应该勇于迈出创业第一步。首先要选好项目。选择创业项目要从熟悉的项目开始创业...

(江苏省宿迁市宿豫区 邹浩)

打通农村快递“最后一公里”

近年来农村信息化发展虽然迅速,但与之配套的快递业务却成短板,造成农户网购的商品进不了村,生产的特色农产品出不了村...



每天下午,是宿迁市耿车镇大众村各家快递公司业务最繁忙的时刻。



江苏省宿迁市耿车镇大众村是远近闻名的“淘宝村”,村里集聚了350家网店企业,今年一季度,网上产品销售额达4500多万元...

戚善成摄影报道

上图 5月19日,大众村易美佳家具厂网上销售人员正忙着接单。右图 快递员将产品打包,按订单地址发往全国各地。

编辑同志:

随着农村经济的快速发展,电脑、网络都进了村,越来越多的农民习惯于网络购物。但目前,覆盖农村的中国邮政EMS费用较高,而一些主要快递企业的营业网点一般只建设到县城,乡镇以及村级市场则成了快递市场的“死角”...

地制约农村网购市场的发展。

笔者在乡镇工作多年,了解到农民对农村快递市场建设有以下三点期待:一是期望邮政EMS能降费提速。镇级邮政部门应充分利用原有的邮递功能,在各村建立邮政快递联系点,提高递送速度...

二是期盼民营快递企业完善网点布局。虽然民营快递企业纷纷抢占乡镇市场,但很多营业点都设在县城,乡镇一般

不设点,而且自提。希望民营快递企业能够尽快在各乡镇布点,然后将配送范围从乡镇延伸到村里。可以将民营快递在乡村的投递点设在村委会,并由村干部负责办理收寄业务,以保障村民收件的安全...

三是期盼政府出台优惠政策,扶持农村快递市场。要把农村快递的发展当做一项公用事业来抓,建议有关部门用税收优惠、财政扶持的办法,引导快递企业在农村布设网点,为新农村建设服务。

(福建省尤溪县 林长煌)

业内观点

“快递下乡”为农村网购提速

江苏省邮政管理局政策法规处 芮晓峰

今年年初,国家邮政局提出启动“快递下乡”工程,目的是尽快让广大农民享受到网购服务。今年的中央一号文件也提出,要完善农村物流服务体系。这一构想反映出农村地区居民对快递服务的现实需求,为快递服务开辟了新的战场...

据调查,目前我国三四线城市和农村的消费者网购的依赖程度比大城市更高。这主要是因为线下实体店在这些区域的覆盖率有限,特别是中高档品牌的覆盖率偏低,而这些地区的富裕消费者在逐渐增多,购买力持续增强。因此,小城镇和广大农村地区将是未来网购和快递服务的一片“蓝海”。

但要把美丽的“蓝海”变成实实在在需求的深海,还面临着一些现实的制约因素。一是网络基础设施的限制。随着村村通(水、电、网络等)工程的实施,尤其是移动互联网技术的发展和智能手机的普及,这一障碍正在逐渐消解。二是金融支持的限制。网购必须具备网上支付手段,但由于农村地区金融服务匮乏,农民较少使用银行卡、信用卡或者网银,因而不具备网上支

付的手段。三是网络使用技能的限制。目前农村居民主要是妇女、儿童和老人,受教育程度偏低,达到熟练掌握网络的要求还有一段距离。四是快递服务的限制。由于农村地区人口居住较分散,快件量少,快递服务面临点多、面广、线路长、单位运输成本和投递成本较高的不利条件,导致快递企业对农村地区的投递服务并不积极,许多农村地区的快件只到乡镇一级,有的甚至只到县一级。对偏远农村快件,快递企业要么按照超区投递处理,要求寄件人支付额外的超区服务费,要么要求收件人到快递企业服务网点自行领取,给农村地区的居民带来极大不便。

如何突破这四重障碍,把农民潜在的消费需求转化为实实在在的消费行为?笔者建议,一是鼓励积极探索和创新,以农村综合服务站、村邮站、农家书屋、村委会、供销社等公共服务平台为基础,通过委托代办,向农村地区居民提供较为完善的快递服务,并向所有快递企业开放。这样既降低了快件农村地区投递的成本,解决了快递服务在农村服务能力较弱的问题,同时为这些公共

服务平台开辟了新的创收来源。

二是整合农村各种运输资源。充分利用交通运输部门的农村公交线路、货运、农用车,促进快递企业与交通运输部门进行合作,利用这些农村运输车辆搭载快件,既为运输车辆增收,也降低了快递企业的运输成本,实现合作共赢。

三是在农村公共服务平台上叠加网购服务的功能,引导和拉动农村地区的消费,为快递服务提供需求来源。具体来说,就是在这些公共服务平台上配置联网电脑,培训工作人员熟练掌握网络技能。引导金融部门开发网络购物充值卡,帮助农民解决网购支付问题。这样,不懂网络的农民在公共服务平台工作人员的帮助下,使用网络购物充值卡,实现网购。而当网购包裹到达时,由这些公共服务平台负责通知或送达给农民,从而完成一次完整的购物。这样的公共服务平台,既是邮件、快件的代理服务中心,又是一个虚拟的电商超市,从而在终端环节完成了电商与快递的结合,共同服务于广大农村地区的居民,不断拉动国内的消费需求。

基层反映

在线旅游市场亟待规范

近年来,在线旅游网站因其价格便宜、一站式服务方便快捷而受到越来越多消费者的青睐。但在业务量激增的同时,也带来了一些诸如虚假宣传、霸王条款、消费纠纷等问题,亟待加强规范。

笔者建议,一是出台行业法律法规。目前,对于在线旅游行业缺少具有针对性的监督管理与处罚条例,法律的漏洞让消费者面临追责无门的尴尬境地。职能部门应尽快研究出台相关监督管理办法,规范在线旅游网站的广告宣传、合同签署等行为。

二是制定规范合同文本。应开展调查研究,广泛征求意见建议,从保护消费者权益角度出发制定规范的合同文本,对事前约定、事中监督及事后追责的各环节予以明确,在行业内进行推广,要求网站必须与每一位消费者签订规范的交易合同。

三是提高消费者自我保护意识。消费者在挑选线路时,不能一味地追求低价,要提高自我保护意识,与商家签订正规的旅游合同。在填写个人信息时,要做好防范,减少个人信息泄露的可能性。网上支付时,最好给银行卡设置网购限额、支付短信通知等安全保护措施,一旦银行卡被盗用,可以立刻发现,减少损失。交易成功后,注意保留好确认短信及产品信息页面等凭据,以备发生纠纷时维权。

四是形成部门整治合力。工商、旅游等部门应加强沟通协调,搭建公共监管平台,合作处理消费纠纷,并根据纠纷数量对在线旅游分销企业及加盟企业进行信用分类管理。

(福建省泰宁县 冯美应)

群防群治城市“牛皮癣”

笔者上下班的路上,经常会看到电线杆和建筑物外有张贴的小广告,甚至在一些居民小区的楼道里,也能看到小广告的身影,严重影响了城市形象。这些内容五花八门的小广告,被称为城市“牛皮癣”,因其量大面广,根治难度大,单靠城市管理一个部门的治理,收效甚微,亟需群防群治。

一是公安和城管部门应在政府统一协调下,开展联合执法行动,打击违法小广告的张贴者,并做好备案。二是电信部门要加强管理。对于一些违法广告,可对其联系电话采取停号措施。三是物业管理等部门要加强小区的管理。根据有关城市管理条例,城管部门主要负责城市的主次干道违法小广告的铲除。由于人手有限,让城管部门工作人员深入城市所有小区住宅铲除小广告是不现实的,小区物业管理等部门对本小区的非法小广告要负起管理的职责,配合城管部门打击非法小广告。四是在适当的公共场所设置公益环保广告牌,让有广告需求的单位或个人有正当的广告途径。

(江苏省射阳县 宋玉成)

严防假币下乡坑农

近年来,农村假币流通呈上升趋势,假币犯罪活动在农村日趋严峻。造成这种现象的原因,一是反假币宣传力度不够,真正需要假币知识的农村中老年人得不到深层次的系统培训。二是农民反假意识淡薄,维权意识差。

笔者认为,必须开展适合农村特点的反假币工作,维护农民的合法权益,促进农村经济活动的正常开展。一是要重视农村反假币工作,建立起反假币工作重在农村的总体思路,突出体现为乡村农民服务的指导思想,调整工作方法方式。

二是要把反假币宣传引入法制化轨道。认真贯彻落实《中华人民共和国人民币管理条例》,以法治假,依法打假。针对假币案件,要依法严打严判,并通过案件来教育广大农民。三是要建立长效机制。通过散发宣传画、开展反假咨询、举办反假知识讲座等活动,提高农民反假币意识和识别假币的能力。可利用农村信用社信贷人员走村入户的便利条件,以镇农村信用社为单位,组织反假币培训,建立反假币工作网络。

(湖北省谷城县 王轩玲)



5月20日,江西乐平市接渡镇长畈村千亩大棚西瓜种植基地,种植户正采摘西瓜。日前,该种植基地的千亩西瓜提前上市,抢市场“鲜”机。

徐 铮摄

福建“世纪之村”:草根物流服务三农

本报记者 陈煜

“嗨……”的一声响,福建省南安康美镇青山便民服务点的潘水源店长下意识查看手机短信:“您有一批(13件)订单,请尽快核对并按时发货!”落款:世纪之村。这是“世纪之村”信息平台发来的订购信息。看过信息,潘水源开始边备货,边联系摩的司机前来送货。

“保证在两个钟头内送到购买者的手中!”摩的师傅接货后向潘水源承诺道。网上订货、信息员备货、摩的司机送货,不到两个小时,一单农产品的交易就这样轻松完成了。这就是“世纪之村”的“草根物流”演绎网上网下货物交易的精彩一瞬。

兰田村地处闽南晋江东岸,2004年,民营企业潘春来担任该村党支部书记后,自己垫资400多万元,加上筹集到的700多万元资金创办了一所农民培训学

校,开展农村信息员的培训。2008年,潘春来在培训学校的基础上创办兰田村务公开网站,随后该网站又整合多方资源,叠加电子村务、农务、商务、便民服务四大功能系统模块。“世纪之村”信息平台由此在兰田村创建。

“我要做的就是连傻瓜也会用的信息化平台,服务农村、服务农民。”现为兰田村党委书记、“世纪之村”董事长的潘春来说。“世纪之村”从创建起,就具有低成本、傻瓜化、公益撬动等草根特色,依托食杂店、农资店等,“世纪之村”在村庄建立信息点,培训信息员为村民提供服务。凭借日益扩张的渠道和规模采购的议价优势,“世纪之村”与通信运营商、商业银行、企业合作,服务范围从农产品交易迅速向家电下乡、农资下乡、金融下乡等延伸。现在,正朝着“农村版阿里巴巴”的目标迈进。

在“世纪之村”,农民不会上网没有关系,只要请村里信息员发个帖子,农民就可以把农产品卖出去;只要到网上农店一搜,网民想要的绿色食品土特产就能尽快送到手。“世纪之村”采用的模式不仅让信息点、信息员本土化,就连物流也是采用“草根配送”的方式。

“世纪之村”总裁助理郑荣坡介绍说,草根物流就是调动村里或附近摩的、电动车、摩托车的、士司机资源,一旦买卖双方交易成功并谈定由谁承担运费,信息员就会给司机打电话,由他们将货物送到买主手上,投递费仅需几块钱。这种基于农村实际的做法,既快捷便利,又降低了运输成本,还增加了配送员的收入,实现了多方共赢。摩的司机郑永翔驾驶着摩托车直奔青山信息服务点,一脸的欢喜笑容。他刚刚

糖业广告

关注异地高考

本版编辑 魏倩玮 文字整理 欧阳梦云 电话:010-58392644 邮箱:dzzs@ced.com.cn

记者调查