



# 湖北农村电商激活乡村振兴新动能

■ 蔡利平

近年来,我国农村电商蓬勃发展,成为扩大农村消费、推进乡村振兴的新引擎。近期,国家统计局湖北调查总队在武汉、十堰等15个县(市、区)开展了专题调研,走访了当地商务局、乡村振兴局、供销社等部门和265家农村电商经营者,以调研问卷方式随机访问了514个农村住户,以了解湖北农村电商发展及其在助力乡村振兴、扩大和引导农村消费、拓宽农村劳动力就业渠道等方面的作用。调研结果显示,湖北农村电商蓬勃发展、前景广阔,但专业人才紧缺、农产品品牌化建设有待加强和物流配套设施不健全等问题亟待关注。

湖北省是农业大省,农业资源禀赋较好,特色农农产品品类丰富,但较东部农业经济发达省份仍有较大差距,特别是农产品流通成本高、流通效率低、服务体系不完善等问题非常突出,发展农村电商势在必行。近年来,湖北坚持“园区+中心”模式,提供公共技术支持,产业孵化、产销对接、品牌建设、

网络推广、精准扶贫、经济转型、质量追溯等服务,大力推广电子商务在农村经济建设中的应用,助推农村产业转型,为乡村振兴添砖加瓦。据湖北省商务厅统计,截至2021年底,全省创建了49个国家级电子商务进农村综合示范县,累计建成县级电商公共服务中心44个、县级物流配送中心44个、乡镇电商服务站468个、村级电商服务网点8540个,农村电商服务体系不断完善,服务能力逐年提升。

从促进就业方面来看,电商已成为当地带动就业的“助推器”。据介绍,湖北2018年已完成全省28个原国家级贫困县在全国电商示范全覆盖,各示范县通过强化对贫困村、贫困户的服务,采取“电商+公司+贫困户”模式,探索将农户纳入农村电商发展链条,促使电商发展成果惠及贫困群体。自2014年电商扶贫工作开展以来,各示范县累计服务建档立卡贫困人口255.69万人次、帮助建档立卡贫困人口增收总金额3.38亿元,带动建档立卡贫困人口就业15.2万人。

从促进物流流通方面来看,电商已

成为当地物流流通的“枢纽站”。各示范县建设县级物流配送中心,充分整合县域交通运输、邮政、供销和商贸流通资源,突出乡镇电商物流配送站点建设,构建服务县乡村三级农村快递物流配送体系,基本解决了农产品进城“最初一公里”和部分工业品下乡“最后一公里”的问题。各示范县累计建设县级物流配送中心44个,行政村电商快递服务覆盖率达到75%。

从促进消费方面来看,电商已成为当地居民购物的“新渠道”,农村居民使用农村电商平台购物意愿较强,电商发展前景乐观。调研显示,96.1%的受访居民有网购行为,其中,43.8%的受访居民每月网购4次以上;37.2%的受访居民每月网购2-4次;15.2%的受访居民每月网购1次。网购居民中,有67.8%最常购买的是生活用品,18.2%购买的是服饰。电商行业的发展使购买行为可以摆脱时间、地域的限制,拓宽了农村居民的消费渠道。

从企业经营方面来看,电商成为当地企业增收的“金钥匙”。在调研的265家电商经营者中,44.9%的电商经

营者“自己通过电商平台销售产品”,38.1%为“自产自销”,6%销售到“电商企业和农业合作社”,11%通过其他渠道销售。其中,22%的受访电商经营者月收入可达3万元以上。从电商的信心指数看,43.4%的受访电商经营者认为今年销售形势要好于上年。75.5%的受访电商经营者表示,农村电商的发展前景广阔,大有可为。

调研分析指出,尽管湖北农村电商发展如火如荼,但仍然存在“农村电商人才缺乏”“品牌不响人不知”“最初一公里不通”等困境。调研显示,76.2%的受访电商经营者反映“电商人才缺乏”是发展中遇到的最大障碍,“招不来人、留不住人”问题日益突出,其中营销推广、平台搭建、产品拍摄等人才尤其紧缺;64.5%的受访电商经营者认为农村电商发展需要具备品牌意识;57.1%的受访农村居民认为当地农村的物流不够完善,导致农产品出村进城“最初一公里”物流成本过高。调研指出,加速解决这些掣肘湖北农村电商发展的问题,才能进一步激活乡村振兴新动能,助力乡村经济繁荣发展。

## 民生调查

### 上饶市“双减”成效显著

学生暑期安排丰富多彩

**本报讯** 近期,国家统计局上饶调查队开展了“双减”背景下中小学生暑期安排情况调查,完成有效问卷168份。调查结果显示,上饶市“双减”成效明显,学生暑期安排丰富多彩。

2021年7月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》,要求切实提升学校教育水平,持续规范校外培训(包括线上培训和线下培训),有效减轻义务教育阶段学生过重作业负担和校外培训负担(简称“双减”)。据了解,该政策实施两年以来,江西省上饶市充分发挥校园阵地作用,全面提升课后服务水平,依法依规校外培训机构,强化综合配套保障,全力推动“双减”政策落地见效。

截至目前,上饶市校外培训机构总数为496所,均为非学科类培训机构,原有385所学科类校外培训机构已全部压减。开展课后服务学校911所、学生73.8万人,学校开展率与学生参与率均达100%。此外,上饶市还出台了校外培训机构预收费资金监管办法,搭建完成市级校外培训资金监管平台,全市502所培训机构全部通过银行托管或风险保证金管理的方式纳入监管平台管理,资金安全得到有效保障,降低了家长对于校外培训机构交费安全性的担忧。

调查显示,74.4%的受访家长对“双减”政策较了解或很了解;68.4%的受访家长认为今年“双减”政策效用较去年增加,进一步减轻了学生负担;51.1%的受访家长反映今年孩子参加学科类培训时间减少了;60.1%的受访家长认为今年孩子暑假期间作业负担减少了。

调查发现,中小学生学习生活安排有序。91.1%的受访学生制定了暑期生活规划,其中,66%的受访学生制定了详细规划并逐项执行。暑期学习生活主要规划排名前三的选择依次为按计划完成暑假作业、上培训班(含兴趣班及托管班)和外出旅行,占比分别为77.3%、48.8%和43.4%。学生暑期生活丰富多彩。90.3%的受访家长选择暑期让孩子出游。参加培训班的受访学生中,参加最多的是美术、乐器等艺术类培训,有56.5%的学生参加;体育类和游学、研学类次之,有26.7%的学生参加;外语等学科类培训仅仅有12.5%的学生参加,比例较低。

张鹏敏

## 民生速递

### 上海探索医保多元支付满足百姓需求

**本报讯** 近日,上海市多部门联合发布《上海市进一步完善多元支付机制支持创新药械发展的若干措施》,将支持商保公司开发更多费用低廉、保障范围合理的产品,将更多创新药械纳入支付范围,满足百姓多元健康需求。

措施分为9类28条,包括多方合作加强商业健康保险产品供给、数据赋能支持商业健康保险产品开发、建立基本医保与商业健康保险行业监管合作机制、加快创新药械临床应用、加大创新药械医保支付支持等。

据悉,目前上海在售的商业健康保险产品涵盖疾病预防、医疗服务、生育保障、医药供给、失能护理等。2017年1月起,上海实施职工自愿使用医保个人账户历年结余资金购买商业健康保险产品政策,先后推出“住院自费费用补偿医疗保险”“重大疾病保险”等6款医保个人账户商业健康保险产品。2021年4月,又新推出“沪惠保”,重点聚焦高额自费医疗保障费用,允许带病体、老年人等投保。截至今年6月底,上述6款医保个人账户产品已累计承保87万人次,提供风险保障近2000亿元,累计赔付超过2亿元。“沪惠保”两年来覆盖近1400万人次,累计赔付超12亿元,惠及近47万人次。

龚雯

### 重庆推出19条举措强化稳就业扩岗位

**本报讯** 重庆市政府办公厅近日印发文件,从激发活力扩大就业容量、拓宽渠道促进高校毕业生等青年就业、强化帮扶兜牢民生底线等方面推出19条举措。

在激发活力扩大就业容量方面,重庆提出,加大对吸纳就业能力强的行业企业扩岗政策支持,对每家重点企业配备1名就业服务专员,建立岗位收集、技能培训、送工上岗联动机制;支持金融机构发放“稳岗贷”,给予原则上不超过4%的优惠贷款利率;运用“直补快办”模式,一揽子兑现社会保险补贴等政策。

在拓宽渠道促进高校毕业生等青年就业方面,重庆提出,企业招用高校毕业生及登记失业青年,符合一定条件的可发放一次性吸纳就业补贴;稳定“三支一扶”计划、大学生志愿服务西部计划等基层服务项目2023年招募规模在3400人以上;支持国有企业扩大招聘规模,稳定机关事业单位岗位规模;实施2023年就业见习岗位募集计划,募集不少于7万个青年见习岗位。

在强化帮扶兜牢民生底线方面,重庆提出,及时将零就业家庭、低保家庭、脱贫户、大龄、残疾、长期失业等人员纳入援助范围;依托国有企业事业单位等设立一批低门槛、有保障的爱心岗位,定向招用就业困难人员;对通过市场渠道难以实现就业的,合理统筹公益性岗位进行安置,确保零就业家庭至少1人就业。

黄兴

### 浙江推出10项惠企便民举措

**本报讯** 浙江省公安厅近日对外发布10项惠企便民举措,其中包括15分钟公安政务服务办事圈、优化商务签证单位和易制毒化学品备案管理等多项改革举措。

此次推出的10项惠企便民举措涵盖政务服务一体化、交通管理业务、出入境等多个领域。其中的“实施公安政务服务一体化‘百千万’工程”明确,今年年底前,浙江全省建成100个县级以上公安政务服务(网办)中心、1000个派出所(便民服务中心)通办窗口、10000个村居延伸服务网点,织密办事服务网络,打造15分钟办事圈,实现跨警种业务“一窗通办”、一站式办。同时,依托市县两级公安政务服务(网办)中心,专设100个为企业服务窗口,提供“一窗通办”服务。

值得一提的是,“浙警在线”集成应用在发布会上正式上线。该应用统筹各地120余个同质化应用程序,集成各警种102个“一网通办”事项,并拓展搜索查询、咨询宣传、求助报警等36项特色增值服务。群众只需在“浙里办”App或支付宝、微信中搜索“浙警在线”,便能进入界面。

马剑

## 全民健身 幸福生活

在第15个“全民健身日”到来之际,山东省枣庄市开展以“全民健身 绘就幸福生活”为主题的全民健身活动,推广科学健身理念,倡导文明健康生活方式。图为市民在广场健身。

中新社供图



## 吃得饱 住得暖

——吉林舒兰受灾群众转移安置点见闻

■ 新华社记者 马晓成 颜麟蕴 魏蒙

临近午饭时间,工作人员正将矿泉水、方便面、米饭分发给受灾群众,这是记者近日在吉林省舒兰市第26中学临时安置点看到的场景。

连续强降雨给吉林省舒兰市造成严重汛情。为保障人民群众生命安全,舒兰市进行预防性和紧急性两次转移,共转移人员18916人。

记者见到舒兰市开原镇新开村村民孙财时,他和家人正在床铺上休息。“这么多年没见过这么大的水,一开始我们还对撤离有抵触情绪,觉得一场雨能咋样,多亏了村干部不厌其烦地做工作。”回忆起转移到临时安置点的过程,孙财仍然觉得后怕。

“早上吃得很好,艰难的时候,有这样的菜饭已经感到很满足了。”同样在这个安置点的舒兰市开原镇五滴村村民张万祥说。

汛情导致吉林省舒兰市部分村庄被淹,道路中断。为了保障安置点物资供给,舒兰市启用直升机向无法恢复交通的受灾区域空投救灾物资,为居民提供水、食物等救急物资。

“我们采取直升机投放的形式,把饮用水、泡面投放到指定地点。”吉林市星昊通用航空有限公司机务安飞说。

在舒兰市金马镇安置点,记者看到纯净水、方便面等物资整齐地码放在一起。这个安置点共设置了75个房间,有92名村民入住。“床和被褥都准备好了,我们直接入住,有啥需求跟工作人员说就可以。”被转移群众郭君说。

当地正通过卡车转运等形式,保障受灾群众食物等基本生活需求,提供卫生、饮食、医疗等服务,确保受灾群众在灾情期间吃得饱、住得暖。“有电有网,有厕所。现在基本生活没有问题。”被转移群众金文阁说。

## 激发消费活力 推动市场复苏

——合肥消费券助商惠民成效明显

■ 周娟

今年以来,安徽省合肥市高度重视消费券“助燃剂”作用,多渠道多批次发放惠民消费券。为了解消费券发放和使用情况,国家统计局合肥调查队通过问卷调查和实地走访的形式,对合肥市商户、家电卖场和居民开展调研。调研结果显示,消费券促消费成效明显,商户和居民满意度整体较高,但仍存在消费券使用期限短、门槛高、使用范围较为集中等问题。

### 消费券政策持续发力,整体满意度较高

调研显示,89.7%的受访居民表示知晓合肥消费券相关政策。关于了解消费券发放、使用等信息的渠道,77%的受访居民是通过微信公众号或朋友圈,50.6%的受访居民是通过亲朋好友告知,26.4%的受访居民是通过新闻广播报纸等传统媒介,23%的受访居民是通过抖音、快手、小红书等自媒体宣传。关于对消费券政策的总体看法,62.1%的受访居民表示非常满意或比较满意,34.5%的受访居民表示一般,仅3.5%的受访居民表示不满意。

此外,消费券刺激消费作用受肯定,超七成消费者增加了关联消费。调研发现,近九成受访居民认可消费券的刺激作用,其中有32.2%的受访者认为“极大促进了消费”,有56.3%的受访者认为“有部分促进效果”,使用过消费券的受访居民中,有75%反映使用过程中增加了关联消费。

从参与调研的商户了解到,在消费券发放和核销流程的满意度方面,所有参与过消费券活动的受访商户都表示满意,其中,80%的受访商户表示非常满意,20%的受访商户表示比较满意。此外,商户们高度认可消费券对销售额和客流量的促进作用。受访商户表示,消费券发放期间门店销售额和客流量分别有不同程度的增长,其中有12.5%的受访商户销售额增长30%-60%,有25%的受访商户销售额增长10%-30%,

其他受访商户销售额也有不同幅度增长。

### 参与率相对较低,消费潜力有待继续深挖

调研同时显示,与高知晓率相比,居民的实际参与率相对较低,46%的受访居民反映未领取过消费券。关于未领取到消费券的原因,反映“发放量太少,抢不到”的占37.5%，“不知道如何申领或申领麻烦,懒得申领”的占30%，“不知道消费券相关事宜”的占22.5%，“不感兴趣或没有相关需求”的占10%。不少受访居民反映,因为不知道有相关活动而错过领取。此外,由于多数消费券领取流程繁琐,从而降低了居民参与的积极性,而且发放和使用对于老年群体也不够方便。

调研发现,“领券不用”“抢券不用”现象时有发生,超三成受访居民表示有过“领取了消费券但最终没有使用”的情况。从调研情况来看,领取后但未使用的原因主要集中在以下几方面:一是“使用范围窄”,65.6%的受访居民表示使用范围太窄,由于想使用的品牌或门店不在范围内而选择放弃;二是“使用期限短”,56.3%的受访居民表示消费券可使用的时间较短,没有时间使用;三是“使用门槛高”,53.1%的受访居民表示由于未达到消费券使用门槛,不想凑单,最终没有使用。此外,消费券使用过程繁琐等原因也影响了居民对消费券的使用热情。

为进一步提振消费市场活力,合肥市政府不断增加消费券覆盖范围,陆续推出餐饮、百货、家电、汽车、文旅等领域消费券。但在调研中发现,餐饮和商超百货类等低价高频券依然是居民使用最集中的券类。调研结果显示,使用过餐饮类和商超百货类的受访居民占比分别为90.6%和46.9%。关于“今后希望增加哪些品类的消费券数量”,排名前三的分别为餐饮类、商超百货类、文化旅游类,分别占比75.9%、67.8%和46%,而购车燃油类、数码家电类占比分别为36.8%和20.7%,由此可见大宗商品消费潜力仍有待进一步深度挖掘。