

## 新春走基层

# 东方农村电商平台“助村公社”将乡村游与农产品销售相结合,使二者相互促进 游客来了,乡村就活了

■ 本报记者 张惠宁

从正月初三到初八,东方市三家镇乐安村吸引了500多位游客进村体验乡村生活。他们来到乐安村,不是通过旅行社,大多是通过乐安村青年创办的农村电商平台“助村公社”。“助村公社”是由几名乐安村的大学生和返乡青年创办的电商平台。起初,他们只是开了一个微店,卖乐安村的鸡,后来不断拓展,现在三家镇出产的农产品都通过这个电商平台对外销售。“助村公社”不但成立了公司,注册了商标,还成了三家镇农产品的共同品牌。不仅如此,这些年轻人还通过

这个电商平台将乡村游与农产品销售结合在一起。

2月11日下午4时许,走进乐安村附近的一片胶林地里,“助村公社”乡村体验营映入眼帘。这里有石磨坊、杵臼坊,可以烧火做饭,可以荡秋千,还可以垂钓和采摘……这个乡村体验营,是“助村公社”几条乡村游线路的“大本营”,游客可以从这里出发前往海南第一进士符确励志教育基地,也可以去附近的官田村火龙果基地等。“游客来了,乡村就活了。”“助村公社”社长吉昌超说,游客不仅可以体验乡村生活,还可以亲眼看到农产品生产情况,有助于农产品销售,提高客

户粘度。

“助村公社的目的是促进当地农产品销售,助力农民增收致富。”吉昌超说。2015年吉昌超看到村里的甜玉米滞销,便产生通过电商平台帮村民销售的想法。此后,他与几位同伴回到村里,注册了一个微信公众号,开始发展电商。电商之路从卖鸡开始。他们找到村里的几户养殖户,说要打造乐安鸡品牌,只有养足7个月,重量达4.2斤至4.6斤的阉鸡才能到他们的电商平台来销售。为此,他们以高出几元钱的价格负责收购,“这样养殖才能保证鸡的口感。”吉昌超说。农户的鸡养出了,电商的平台名

气还不够。吉昌超与同伴们每人拎着一只鸡到东方市的酒店去推销连连碰壁,可路过的居民却一只两只地将他们带的10只鸡陆续买走了。“这提醒了我们,将目光对准社区居民。”吉昌超说,闯开了东方市的几个主要社区后,乐安鸡的品牌渐渐打响了。如今,“助村公社”电商平台不仅卖乐安鸡,还有火龙果、红心石榴、圣女果等。“三家镇出产的所有农产品都通过助村公社来销售。”三家镇镇长符天杰介绍。“我们准备实行一村一个二维码,将全村的农产品都通过一个二维码去销售,这样客商不进村就可以知道有什

么农产品,什么时间上市,同时方便村民销售。”吉昌超告诉海南日报记者,“现在玉雄村和红草村已经在做了,成熟一个就推广一个。”“助村公社”发展乡村游也是为了和农产品销售相互促进。2018年1月,“助村公社”推出了一个扶贫项目:认购一株果树,支持一个梦想。有463人认购了3000多株果树。当时考虑到认购客户要来乡村参观,他们建设了乡村体验营,后来发现以乡村体验营为落脚点,将附近的历史文化景点和农产品基地相连,打造乡村一日游,很受客户欢迎。“农村电商平台前景广阔,大有可为。”吉昌超说。(本报八所2月12日电)

## 临高“蜂司令”养蜂卖蜜开微店,积极帮助乡亲稳走脱贫路 不吝力气传帮带 致富“蜜果”齐分享

■ 本报记者 刘梦晓

2月12日清晨,乡间的薄雾才刚散去,临高县和舍镇新风村高龙村民小组的“蜂司令”柯吉全就骑上了摩托车,沿着乡道前往位于几公里外的自家蜂场,“以前我是贫困户,现在我是‘蜂司令’”正是因为我蜂养得好,靠卖蜂蜜脱了贫!”蜂场在一片静谧的林地里,数十口蜂箱错落有致地摆在树下。柯吉全戴好养蜂防护帽来到蜂箱前,轻轻打开一个蜂箱盖,提出蜂脾,稍微用力地上下摇晃,拿出刷子,将附着在蜂脾上的蜜蜂驱走。随后,他提着蜂脾,找到一片空地,用长尖刀割下蜂蜡。金黄的蜂蜜顺着蜂脾流淌到容器里,芬芳扑鼻。“这个春节我忙得不可开交,采收、打包、发货,有时候连饭都吃不上。订货的人很多,都要拿着我家的蜂蜜去送礼哩!”柯吉全说,他的蜂蜜作为今年春节年货的热门产品,电话订单、微信订单以及来自海南爱心扶贫网的订单络绎不绝。为此,他发动了全家人一起卖蜂蜜,“粗略统计,卖出去了200多斤,以前可是两三个月才能卖这么多。”

过去,柯吉全没有启动资金,只能靠打零工挣钱。2016年,和舍镇将他列为建档立卡贫困户,并于2017年1月向他发放了产业扶贫资金。此后,柯吉全以产业扶贫资金作为启动资金,向银行贷款了2万元,购买了72箱蜜蜂。由于有一定的养蜂经验,柯吉全非常顺利地酿出了1000斤口感多样、品质上乘的蜂蜜。到了2017年年底,柯吉全靠卖蜂蜜赚了10多万元,顺利实现脱贫。柯吉全探索的脚步并未止于此。2018年11月,临高县首轮乡镇电商巡讲班来到和舍镇,柯吉全报名参加。在临高电商中心的帮助下,柯吉全的网上微店于去年12月中旬开张了。“微店开张之后,临高其他镇,甚至是其他市县的订单我都能接到。只要一个包裹,蜂蜜就卖出去,钱就赚回来了。”柯吉全说,今年春节,通过网络卖蜂蜜方便、快捷的优势就都体现出来了。

如今,柯吉全成了和舍镇依托养蜂脱贫致富的典型人物,不少贫困户到柯吉全的养蜂场参观学习,有的还跟他购买了10余套蜂箱回去自主发展。对此,柯吉全不吝力气,在养蜂技术层面给予支持。除了常常抽出时间上门传帮带,柯吉全还建了一个养蜂微信群,每天和大家互动,共享脱贫致富经验。“政府给了我很大的扶持,如果我养蜂的经验能让乡亲们少走点弯路,挣更多钱,我更高兴呢!”柯吉全自豪地说。(本报临城2月12日电)

## 评论

### 观点

## 多些“无声的联系”

■ 徐文秀

春节刚过,不少人回味,这几天只与亲人团聚,过得清爽,过得惬意。当下,越来越多的人也感到,这些年来人与人的交往就像潮水退去一样,渐渐地安静下来了。过去那种两天一小聚、三天一大聚,不是喝酒唱歌就是甩牌搓麻的现象少了,那种拉拉扯扯、勾肩搭背的喧嚣渐渐淡去,人们回到了平静和理性,人与人“无声的联系”多了起来。

这是一种好现象,正所谓无声胜有声。过去那种热衷于“热线联系”,整天泡在一起推杯换盏,打得火热、走得很近,今天一个同学会、明天一个乡友会等,一言以蔽之,无非就是有所图。正所谓“以利相交,利尽则散;以势相交,势败则倾;以权相交,权失则弃;以情相交,情断则伤;唯以心相交,方能成其久远”,“无声的联系”可以少些纷扰嘈杂,让心静下来、神定下来;少些“小圈子”“小团伙”滋长的土壤,让人与人之间的关系纯净起来;少些精力上的分散,让自己有更多的精力用在工作、学习上。

多些“无声的联系”,是一种静静的守望。“无声的联系”的可贵在于,无论是天涯海角,还是各奔东西,心却在一起,心心相印、守望相助。马克思和恩格斯在长达40年的革命生涯中,相互支持与牵挂,然而他们曾20年身处两地,更多只是一种“无声的联系”。当恩格斯患病时,马克思在给他的信中说:“我关心你的身体健康,如同自己患病一样。”两地一心的守望,志同道合的默契,虽天各一方,但思想和心灵的沟通却始终不断。共同的志向、追求和品质,可以让人与人的交往精

神高于物质,无形重于有形,虽远在天边却近在咫尺。

多些“无声的联系”,是一种稳稳的守护。“无声的联系”并非冷漠无情,当他人身陷困境,能够雪中送炭,敢于挡风遮雨。明代诗人郑少谷与王子衡相距千里、素未谋面,却彼此倾慕、互相赠答。郑少谷曾有诗赞王子衡“海内谈诗王子衡,春风坐遍鲁诸生”。郑少谷去世时,王子衡哀伤至极,为素未谋面的朋友千里奔丧。人与人的交往,都是平日看似平常,有事时却显非常,患难与共、肝胆相照,既耗人力,又让人温暖。

多些“无声的联系”,是一种默默的守候。“无声的联系”不是忘却,也不是抛弃,而是把记忆和美好存放在心里。宋代王安石与孙少述交情极深,孙少述离别王安石时,王安石曾写过一首《别少述》诗为之送行,字里行间尽显彼此间的真诚和友谊。后来王安石到朝廷掌了大权,有好几年孙少述同他没有来往,人们猜测两人之间有矛盾、合不来。等到王安石再度罢相而归、隐居山林,路过高沙,孙少述与其彻夜长谈,依依难舍。这种君子之交诠释出“无声联系”的一种魅力,不因久别而褪色,不因沉寂而荒芜。“君子之交淡若水,小人之交甘若醴”。“无声的联系”是一种“淡若水”的表达,逢年过节时,或身患疾病中,或挫折失意之际,一声问候、一句叮咛,都会如春风般温暖,似春雨般滋润。多些“无声的联系”,人与人的关系就多一份纯粹与干净,多一份清激与明媚,多一份醇厚与朴实,人与人的交往就更加行得稳、走得远。(原载2月12日《人民日报》)

### 海南观察

尽管身患残疾、家庭贫困,10年来仍然坚持照料扶助同村百岁孤寡老人,嘘寒问暖,送医拿药,让老人的晚年生活充满温情……日前,本报《天涯好人》栏目讲述屯昌县乌坡镇大卢村村民王仁凤夫妇的善行义举,在广大读者和网友中引起了一股不小的情感冲击波。(2月12日《海南日报》)

为善不易,坚守更难。王仁凤夫妇的故事之所以令人敬佩、动容,在于人们从中看到了他们的悲悯之心,虽然自己行动不便、生活拮据,仍然不忘对更困难的人伸出援手;还看到了他们的感恩之心,当地政府将其一家纳入低保,而老人在多年前曾经给了他们帮助,

## 用好开放这把“金钥匙”

■ 于佳欣

### 新华时评

进出口总额超30万亿元,创历史新高;实际使用外资增长3%,在全球跨国投资下降中逆势增长……商务部12日发布2018年商务发展成绩单,一系列亮眼数据传递经济发展积极信号,凸显我国扩大开放的不懈努力和为推动高质量发展输送的强劲动力。面对全球投资和贸易的“寒意”,中国却释放了“暖意”。在去年全球跨国投资下降19%的情况下,中国吸引外资逆势增长3%;在全球经济乏力的背景下,我国货物贸易增速快于美、德、日等贸易大国和主要经济体平均增速。成绩来之不易,开放无疑成为亮眼成绩的“密钥”。开放,让中国市场的魅力不断增加。外商投资准入负面清单缩减约四分之一,关税总水平从9.8%降至7.5%,不断放宽市场准入和外资股比限制,外商投资法立法步入“快车道”……一系列的开放举措,让中国成为吸引外资的“磁场”,包括宝

马、特斯拉、大众、美国标普全球公司等纷纷拥抱中国市场。

开放,让中国与全球共享发展机遇。新时代开放,既要高水平“引进来”,也要高质量“走出去”。以进口博览会为契机,我国不断扩大高端装备、优质消费品进口,同时努力推动企业对外投资。开放的中国在不断回应国际关切,践行合作共赢,支持多边贸易发展,发挥负责任大国作用。开放,也是中国高质量发展的重要推动力。通过扩大开放,中国的货物贸易变得更趋平衡,中国利用外资结构持续优化,高技术制造业增长超过35%,外资企业项目纷纷落户中国……更高质量的发展,要适应新形势、把握新特点,推动由商品和要素流动型开放向规则等制度型开放转变。开放,是2018年经济发展呈现亮色的“密码”,也是2019年继续推动高质量发展的“金钥匙”。新的一年,我们可能面临新的挑战 and 不确定性,但坚定不移推动全方位对外开放,就没有什么能阻挡我们向前发展。

# 有一种坚守撼动人心

■ 张永生

如今老人生活上有了难处,缺人照顾,他们觉得应该主动“反哺”,挑起照料的担子;更看到了他们的坚持坚守,十年如一日,念兹在兹,力行不辍,无怨无悔。正如一位大卢村村民感叹:“换是亲儿女也未必这样!”这是发自肺腑的敬佩,也是由衷的推崇。其实,追寻很多好人的感人事迹,坚守几乎是他们的共同品格。比如,今年1月中旬揭晓的“感动海南”2018年度十大人物,每一位都在用他们的实际行动书写坚守的佳话。

古人有言:“闻伯夷之风者,顽夫廉,懦夫有立志;闻柳下惠之风者,薄夫敦,鄙夫宽。奋乎百世之上,百世之下闻者莫不兴起也。”坚守善行如一盏明灯,让受助者看到希望,也让其他人受到了指引。坚守善行是一种力量,让受益者变得有力,也让其他人心里产生震动与

共鸣。人们会思考、自励,那些坚持行善、乐此不疲的人们,在平凡中成就了伟大,在奉献中实现人生升华,自己也应不甘人后,奋力追赶。人们也会反思、追问,生活中为什么会出 现善念难以发扬、善心难以扩充、善行难以持久的现象?仅仅是因为社会复杂,还是与自己缺乏坚持的勇气和坚守的毅力有着重要关系?毋庸讳言,生活中仍有一些“道德风险”并未完全排除,但后一个原因亦不能忽视。积小善方成大德。现实中,有人往往认为沧海横流方显英雄本色,成就美德佳话,就是要干大事、行大德,因而自觉不自觉地 将一些凡人善举视为“小节”“微事”,甚至对之不屑一顾。殊不知,德行源自于日常生活中一点一滴地积累,一日一日地笃行,一次又一次地充实,进而汇聚成汪洋大海,绽放出光辉华彩。否

则,或追求“高大上”,或热衷唱高调,或三分钟热度,所谓的行德,可能只是嘴上的话头,而所谓的大德,也难免成为空中的楼阁。或许,正是在这个意义上,古往今来的有识之士,总是将“善不积不足以成名”奉为座右铭,时时告诫自己及家人“莫以善小而而不为”。有一种坚守撼动人心。10年,20年,30年,对很多来人来说,不仅意味着漫长,也意味着变化。而对坚守善行的人们来说,道德信念坚定不移,奉献精神始终如一。感佩于他们的坚持坚守之余,社会也应考虑,如何给予他们更多实实在在的关爱,并在制度上予以创新,建立健全好人回馈机制。以德报德,好人好报,无疑将会更好地激发道德的向心力。当更多人都能在感动中行动,社会将会更加和美。

图  
时  
事  
图  
说

### “空城”何以会出现

中央媒体日前报道,位于成都成华区占地220亩、投资20亿元、历时4年打造的仿古小镇,曾一度被吹捧为成都的“清明上河图”,孰料,开业没多久,便门可罗雀,绝大多数商铺也纷纷关门。

仿古小镇几乎成空城,不仅让投入的巨资打水漂,相关商家蒙受损失,更造成了资源严重浪费,令人痛心。实际上,这并非一时一地的现象。背后原因何在?是营商环境不好,企业难以生存,还是决策时拍脑袋,贪图“大手笔”,热衷铺摊子,盲目上项目,或者两者兼而有之?无论是何种原因,都应认真查一查,而不能不了了之。惟其如此,才能给公众一个明明白白的答复,让一些城市管理者从中汲取教训,防止类似问题再次上演。这正是:

仿古小镇游人稀,各路商家忙撤离,背后原因竟何在,且待调查来揭秘。

(图/王铎 文/张永生)

### 微评

@新华网:一步一个脚印,路才能走远。近日,青年演员翟天临遭“学术打假”引发热议。作为演员,演技追求以假乱真的效果;但搞学术,切不可有半点虚假,绝不能以演戏的方法来做学问。真学霸经得起刨根问底,假招式迟早东窗事发。无论是做演员还是做学问,一步一个脚印,常怀敬畏之心,路才能走得更远。

@半月谈杂志社:粉丝文化走向何方?这不应仅仅是粉丝们的思考题。流量越大,责任越大。在“流量=影响力+变现”的金途之上,媒介平台应该有自己的态度、立场和分寸,保持自己的责任感、精英性与公共性,思考自己想给这个时代提供、留下怎样的东西。

@新京报:政府请“环保医生”为企业免费问诊,公共服务就该“按需供应”。很多企业在解决环保问题上有个个性化需求,所以显然不能“一张方子包治百病”。鉴于此,改变政企间常见的“供-需”互动关系,变为“需-供”服务关系,企业需要什么公共服务就瞄准哪里,为其量身打造一些治污方案,很有必要。(张 辑)