



天山脚下这个县，靠啥引来深圳青年创业

新疆新源县用“旅游+电商+创业”模式给年轻人插上圆梦的翅膀

新华社乌鲁木齐4月28日电(记者陈晓虎、顾煜、张钟凯)四月下旬,几场春雨为天山脚下的新疆伊犁哈萨克自治州新源县带来勃勃生机。连日来,这个县的电子商务公共服务中心忙碌不停,创业者陆续到岗,开始网上销售、抖音直播等,为复工复产打通网络堵点。

站在电子商务公共服务中心门口,春雨带来的寒意令人瑟瑟发抖。一位姑娘下了出租车后来不及停留,拉着行李箱径直走入服务中心,不知是地滑还是速度太快,门口一个踉跄让她差点摔倒。

“这姑娘是二楼的一位大学生创业者。复工复产1个多月了,服务中心销售额同比下降不少,物流也基本正常。”电子商务公共服务中心负责人刘鹏程告诉记者,服务中心2018年投入使用以来,农特产品展示、电子商务运营、大学生创业孵化等功能开始展现,吸引了一批回乡创业年轻人和来自外地的青年创客。

服务中心一楼大厅内,两位工作人员正在电脑前忙碌着。来到二楼创客中心,刚上楼不久

的姑娘正坐在电脑前和客户洽谈业务,一旁的行李箱还未安置妥当。“疫情耽误了不少事,现在创业不跟着时间一起跑还真不行。昨天我连夜从乌鲁木齐赶回来,还没来得及回家呢。”看着记者有些疑惑,她主动解释道。

姑娘名叫哈伊夏·加尔肯,出生于新源县吐尔根乡一个哈萨克族家庭。2017年她从新疆大学广播影视专业毕业后,就跟着校友选择了电商行业。

“这几年,家乡的旅游业越来越好,旅游+电商充满商机。”2020年初,哈伊夏·加尔肯有了回乡创业的想法,并很快在当地注册了一家电子商务公司。

“现在我们这里已经招聘了5个人,下周我们就能正常营业了。”哈伊夏·加尔肯信心满满,除了要干好公司的电商平台,她还要经营好自己的微信公众号,“通过自媒体不仅可以带货,我学的广播影视专业也有用武之地。”

采访中,记者发现哈伊夏·加尔肯之所以充满回乡创业的信心,原因不仅是当地旅游人数连年创新高,更是来自当地政府对电商产业发

展的全方位支持。

新源县旅游资源丰富,群山环抱,草原辽阔,山奇水美,拥有“空中草原”那拉提、吐尔根杏花谷等知名景区。2019年新源县旅游接待人次首次突破千万,达到1093万人次。

旅游业发展更带动了当地电商发展,这里不仅为创客提供免费场地和配套设施,推荐培育创收增收项目,还提供电子商务培训孵化等其他服务。”刘鹏程告诉记者,他还是新疆西域传奇网络科技有限公司新源分公司的负责人,2018年,新源县就与他们合作开始打造“互联网+旅游+农特产品”示范项目,并在2019年打造了那拉提O2O旅游农特产品体验馆、花海O2O旅游农特产品体验馆,并开发建设线上销售平台“那拉提在线商城”。

与回乡的哈伊夏·加尔肯不一样,今年28岁的刘鹏程属于离乡创业。离开家乡乌鲁木齐1年多的时间,有多年创业经历的他有着超乎同龄人的成熟,“之前在乌鲁木齐也试过创业,最后因为兴趣自学了电商销售。”

如今,刘鹏程的未婚妻也准备从深圳来到新源,与他一起从事电商。他认为,当地政府支持“旅游+电商+创业”模式,加上当地得天独厚的特产优势,在这里,电商为许多年轻人插上了创新创业的翅膀。“去年新源县电商销售额达到2700多万元,今年计划更上一层楼,达到5000万元。”刘鹏程对此充满信心。

服务中心一楼的展厅中,薰衣草、核桃油、蜂蜜等不少当地特色产品陈列其中,刘鹏程对这些产品如数家珍。他说,目前已整合新源县本地农特产品150余款,并在线上商城以及2个线下体验馆销售,在销售的所有产品中新源县本地农特产品占比67%。今年已经完成线上线下销售额800余万元,直接和间接带动贫困户就业和致富增收170余人,售卖贫困户产品金额达到67万元。

“虽然离开了家,但是现在做的事更有意义。”已经把新源当作第二故乡的刘鹏程准备在这里安家,而他和未婚妻也是因新源结缘,“当年她来新源旅游,在这里购买商品,后来就成了我的女朋友。”

如今,刘鹏程的未婚妻也准备从深圳来到新源,与他一起从事电商。他认为,当地政府支持“旅游+电商+创业”模式,加上当地得天独厚的特产优势,在这里,电商为许多年轻人插上了创新创业的翅膀。“去年新源县电商销售额达到2700多万元,今年计划更上一层楼,达到5000万元。”刘鹏程对此充满信心。

(上接1版)18岁的朱归是陕西省眉县职业教育中心学生。大年三十,他吃完年夜饭,瞒着家人,乘火车、搭汽车、转步行,只身前往千里之外的湖北孝昌,在当地医院隔离病区担任志愿者。

这趟湖北行,只因钟南山院士的逆行——“他劝大家尽量不要去武汉,但他自己却向着武汉逆行。”“84岁的老人都能战斗在抗疫前线,年轻人凭什么缩在后面?”

时隔两个多月,武汉市民朱伟重回工作岗位。

疫情期间,他和王紫懿、王震、李文建、杨学彬这

群普通市民,组成“W大武汉紧急救援队”,24小时

机动待命,志愿接送缺乏交通工具去医院的待产孕妇。

41位留守孕妇在这些“新生命摆渡人”的帮助下,到达医院顺利生产。

学生、村民、快递员、退休老人……与你我擦肩而过的普通人,化身志愿者,服务社区,排查患者,清洁消杀、买药送菜,用自己的肩膀筑起群防群治的人民防线。

钟南山、李兰娟、王辰、张伯礼、黄璐琦、乔杰、陈薇等多位院士冲在一线,向科学寻找阻击疫情的答案和方法。

病毒检测、药物和疫苗研发、防控策略优化……在抗疫的另一条战线上,广大科技工作者日夜奋战。

1月2日,接到湖北省送检的病例标本,中国疾控中心生物安全首席专家武桂珍和病毒病所谭文杰团队、赵翔团队等迅即投入一场“接力赛”。提取核酸、基因测序、比对分析……连续奋战30多个小时,病毒的遗传密码终于在第一时间被破译!依据全基因组序列,核酸检测试剂快速研制成功。

大年初一以来,负责抗体筛选的中国科学院微生物研究所研究员严景华就没有停下来过。“没有哪次新发突发传染病疫情的科研攻关,像这次一样压力巨大!工作进度以小时、分钟计。”

亿万普通人的暖流,成为改天换地的巨大力量,终将驱走黑暗——2月下旬开始,多个省份陆续调降突发公共卫生事件响应级别;4月8日,武汉宣告“解封”;五大科研攻关方向取得积极进展,三个新冠疫苗获批进入临床试验……

朝着伟大复兴的目标继续向前,时代进发人民伟力

四月的秦岭深处,春意盎然。陕西省安康市平利县老县镇锦坪社区的社区工厂,迎来新生。

这个素有“翡翠山下小江南”美誉的县城,却是秦巴山区有名的贫困县。山上兴产业、山下建社区、社区办工厂——他们闯出的脱贫致富路,在疫情下受到严峻考验:出口订单锐减、工人复工难、物流成本高……

45岁的顾芝红去年将部分生产车间从浙江诸暨迁至这里,开设了4家社区工厂。积极出口转内销、电商直播卖货……她与其他社区工厂“抱团”危中寻机,变中求生。

缝纫机轧过轻薄的布料,织机发出嗡嗡的响声。女工灵巧的手指翻飞,一双双袜子逐渐成形,销往全国各处。复工一个月来,顾芝红的工厂销售额已达150多万元。

“虽然疫情影响了部分生意,但对未来,我充满信心。”顾芝红操着一口浓郁的浙江口音,脆生生地说。

生产一线,机器声响;田野之间,犁铧不歇。中国人民在砥砺奋进中放飞春天的希望。

“我也没想到现在会这么忙。”安徽太和县旧县镇大张村的扶贫车间里,安徽宇杰液压机械有限公司董事长丁文展说,虽然开工迟了些,但订单要忙到两个月后了。

这次疫情期间,当地政府除了给他们防控技术指导,还减免了3个月的房租。“国家和人民共克时艰,我们怎能不有所作为?”

谷雨时节,正是春种春播春管的关键时期。

“出门请戴口罩,不要串门聚餐……”伴着村委会大喇叭的广播声,武汉市江夏区法泗街三合村种植大户刘汉波一早又穿着长筒雨胶鞋走进了田里,每走一小段,便蹲下来捋一捋稻苗,看看长势。“秧苗进田里,今年的收成就有底了,就像我自己,脚踩在泥里,心里才踏实。”

从口罩、呼吸机到防护服,从“一个人的生产线”到全产业链的迅速整合……“中国制造”全面动员,为全球抗疫贡献了硬核的中国力量。

位于深圳宝龙工业园的比亚迪生产车间有点特别:三个月前这里还是智能手机的制造基地。如今,这里开足马力生产的却是全球“刚需品”——口罩。

在口罩最紧缺的时刻,比亚迪做了一个“硬核”决定:买不到口罩生产设备,就自己造!

比亚迪总裁办主任李巍每天都在车间协调处理生产事务,口罩成了她的全部。从2月17日第一只口罩下线至今,她见证了比亚迪逐渐成长为全球最大的口罩生产厂商之一,日产口罩接近2000万只。

毅然结束春节休假、每天两班倒工作、机器24小时昼夜不停……生产线,无数工人在拼。在任务最紧张的时候,中级钳工孙海超一度连续工作了40多天。他负责设备调试的一条口罩生产线,在3月12日创造了单日产能的最高纪录——8万余只。

“‘世界超市’准备好了!”面对境外汹涌的疫情,靠吃“市场饭”长大的义乌人沉着应对,千方百计接住订单、稳住客源。

“将滞后的工期抢回来!”海南百万吨乙烯项目、武汉市1326个亿元以上重大项目……一批国家重点科技专项、超级民生工程、外资标杆项目重现往日繁忙景象。

“穿过大半个中国去接你!”休过“最长春假”的湖北逾千万农民工陆续踏上复工路,多地开行专车、专列,甚至包机,帮助农民工返岗、企业复产。

“有一分热,就发一分光!”物流通八方、云招聘开起来、助农直播场场火爆……每一个岗位、每一个普通人都在做着力所能及的贡献。

在这场被疫情拷问的全球化危机中,全世界都看到了中国人民充满创造精神、奋斗精神、团结精神和梦想精神的伟大生活。

“解封”半月后,烟火气的武汉回来了。

上午9点,过早的人们迫不及待地端上一碗热腾腾的热干面,是最温暖的光景。

午后1点,小吃档口前,顾客手里多到拿不下的美食,是快乐回来的证明。

晚上7点,华灯初上的汉街已坐满等着打包晚餐的人,是久违了的寻常光景。

一切为了人民,一切依靠人民。

人民,团结如一人,人民是中华民族从胜利走向胜利的磅礴伟力!(执笔记者:廖君、屈婷、侯文坤,参与记者:薛天、陈宇轩、姜刚、张辛欣、董瑞丰)

新华社北京4月28日电

短视频平台“实力带货”为脱贫助力

新华社北京4月28日电(记者王思北)根据中国互联网络信息中心28日发布的第45次中国互联网络发展状况统计报告,截至2020年3月,我国网络视频用户规模达8.50亿,占网民整体的94.1%;其中短视频用户规模为7.73亿,占网民整体的85.6%。短视频平台通过带动乡村旅游,推动农产品销售等方式,积极拉动贫困地区经济发展。

报告指出,我国网络娱乐类应用内容品质不断提升,逐步满足人民群众日益增长的精神

文化需求。2020年初,受新冠肺炎疫情影响,网络视频类应用用户规模和使用率均有较大幅度提升。网络视频(含短视频)已成为仅次于即时通信的第二大互联网应用类型。

报告分析指出,短视频平台在努力扩展海外市场的同时,与其他行业的融合趋势愈发显著,尤其在带动贫困地区经济发展上作用明显。随着农村互联网基础设施的完善、智能终端的普及,简单易用的短视频平台成为农民的娱乐、生产工具。贫困地区群众通过拍摄家乡自然风光、风土

人情的短视频吸引游客,带动当地经济发展。同时,越来越多的农民转变为视频博主,在短视频的帮助下解决乡村特产的销售问题。

“我国网络视频行业的发展进一步规范化。”报告称,截至去年10月,已有53家网络视频、直播平台上线“青少年模式”,规范青少年用户的使用时长、时段、功能和内容,引导青少年合理使用网络。此外,《网络音视频信息服务管理规定》的印发,也为促进行业健康有序发展提供了重要指引。



▲4月26日,在广西龙胜各族自治县泗水乡龙甸村枇杷种植基地,工作人员通过网络直播销售枇杷。近日,广西龙胜各族自治县的枇杷进入收获期,人们忙着采摘枇杷出售,外销各地。

枇杷熟了

100% 鹅绒咋就变成垃圾棉?

质量差、退货难、数据假:“网红带货”乱象值得警惕

者的售后服务要求。南京大学学生姚菲告诉记者,之前看到某“网红”直播推荐后购买了一双靴子,但收货后发现尺码不合适。她申请退货,但遭商家拒绝。“最终还是平台介入,反复与商家协商后才成功退货。”

此前,微博粉丝380万的某时尚博主为一款产品进行线上推广,相关视频在发布一天后浏览量达353万,评论中表示已经下单支持的粉丝不在少数。但最终商家发现,数据造假现象严重,产品销量为零,随后微博平台对相关账号进行了处罚。

记者加入一个专刷视频流量的微信群。群内刷视频评论量、浏览量、观看人数、互动人数的广告铺天盖地。多位发布广告的人员宣称,除可以刷各种基础数据外,还提供“代开直播间”、“视频推热门”、“更改销量”等“服务”。

记者发出刷流量的需求,随即有多位成员表示可以提供“服务”。费用方面,刷20万浏览量加1000条评论,一般报价100元。“视频推热门”等项目,则根据直播平台不同,收费为5000元到5万元不等。一位广告发布者表示,“现在团队主攻几大短视频平台,每天能接上百单,八成以上是生活用品和服饰类的订单。”

记者发出刷流量的需求,随即有多位成员表示可以提供“服务”。费用方面,刷20万浏览量加1000条评论,一般报价100元。“视频推热门”等项目,则根据直播平台不同,收费为5000元到5万元不等。一位广告发布者表示,“现在团队主攻几大短视频平台,每天能接上百单,八成以上是生活用品和服饰类的订单。”

记者了解到,与传统电商卖家全权负责产品销售和售后服务不同,“网红带货”模式多为商家与经纪公司合作,由经纪公司安排“网红”推广产品。

某经纪公司工作人员刘冬告诉记者,经纪公司只与商家约定带货的产品和流程,对产品质量的把关并不严。带货的“网红”很少会事先对产品进行全面了解,作品内容只是在镜头前进行产品推荐。因此,由于产品质量不过关等问题,带货直播“事故”屡屡发生。

亟待加强对直播带货的法律规范

中消协发布的《直播电商购物消费者满意度在线调查报告》提到,根据相关数据统计显示,2019年我国直播电商市场规模已达4338亿元,预计2020年行业总规模还将继续扩大。

专家认为,对丰富电商销售模式、拓宽销售渠道而言,直播带货是一种顺应潮流的创新;但应当通过建立完善的规章制度加以引导,更好地维护消费者合法权益。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍说,目前,电子商务法对电子商务平台责任已有规定,但对短视频这类平台在电商行业中的性质,暂无明确规定;有关部门可进一步明确各类短视频平台和电商平台之间的性质、关系,完善相关法律规定,避免直播带货领域成为法律空白地带。

北京师范大学法学院教授刘德良认为,直播平台要提高准入标准,完善诚信评价机制。例如,平台应进一步完善内容审核机制,约束商家建立完备的售后机制。相关监管、执法部门可建立针对直播平台的网上巡查机制,在全国开展数据打假行动,防范数据欺诈行为。对于存在售假、伪造流量等行为的主播、“网红”,应列入失信名单,定期向社会公布。

山东省消协相关负责人表示,从直播购物遇到的问题来看,多数消费者极易被夸大宣传或虚假信息误导,存在冲动消费行为。消费者在购买前应确认自己的实际需求,一旦发现商品权益受损,及时联系消保组织揭露和举报相关违法犯规行为。

山东省消协相关负责人表示,从直播购物遇到的问题来看,多数消费者极易被夸大宣传或虚假信息误导,存在冲动消费行为。消费者在购买前应确认自己的实际需求,一旦发现商品权益受损,及时联系消保组织揭露和举报相关违法犯规行为。