



安徽5景区跻身5A百强榜

本报讯 日前,据国内权威文旅平台迈点研究院发布2019年度全国5A级景区品牌100强榜单,安徽5个景区上榜。据悉,该榜单综合了全国268个5A级景区数据,从搜索指数、舆情指数、运营指数、媒体指数4个维度分析了景区品牌在互联网和移动互联网的影响力。根据榜单数据,2019年度全国5A级景区品牌整体业绩平缓,区域品牌分布中,南方以山岳、山水自然景观为主,北方历史人文景观占比较大。

我省共有5个景区上榜百强榜单,黄山风景区、九华山风景区、西递宏村、天柱山风景区、天堂寨风景区分别位列第2位、39位、54位、86位、95位。另悉,此次景区品牌百强榜单由迈点研究院研制,旨在通过数据解读景区在互联网及移动互联网领域的影响力,为景区制定战略方案提升品牌发展赋能。(王安民)

徐发成在蚌埠市工会第十九次代表大会上致辞强调

聚焦主责主业 坚持用心用情用力 推动新时代工会工作创新发展

本报讯 6月9日上午,蚌埠市工会第十九次代表大会隆重开幕,省总工会党组书记、副主席徐发成和蚌埠市委、市人大、市政府、市政协、市军分区主要领导和相关领导到会祝贺。徐发成代表省总工会致辞,蚌埠市委书记汪莹纯代表市委讲话。

徐发成在致辞中对蚌埠市工会第十八次代表大会以来蚌埠市总工会所做的工作给予充分肯定。他指出,当前正处在我们党“两个一百年”奋斗目标历史交汇期,工会工作面临着新的形势、新的任务。各级工会组织和广大工会干部要深入学习贯彻习近平总书记关于工人阶级和工会工作的重要论述,努力在服务发展大局中彰显担当作为,在做实维权服务中赢得职工信赖,在深化改革创新中激发动力活

力,推进各项工作再上新台阶。

徐发成强调,要始终坚持正确政治方向,不断加强对职工的思想政治引领,团结带领广大职工群众坚定不移跟党走。要牢牢把握工运时代主题,大力弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神,引领广大职工群众充分发挥工人阶级主力军作用。要切实履行维权服务基本职责,围绕统筹推进疫情防控和经济社会发展工作,做深做实做细维权服务工作,更好地维护职工合法权益,促进企业健康发展。要坚持用心用情用力,奋力推动工会工作改革创新。工作中要坚持抓主抓重,按照省总工会统一部署,抓好“42101”重点工作落实,以重点突破带动各项工作全面推进;要注重创新创造,深入谋划创新之

举、亮点工作,推动工会工作创新出彩、常做常新;要做到用心用情,始终坚持以职工为中心的工作导向,满腔热忱地为广大职工办实事、做好事、解难事,不断增强工会组织的吸引力凝聚力战斗力。

在蚌期间,徐发成一行还深入蚌埠海上明珠农业科技发展有限公司、安徽昊方机电股份有限公司进行调研,了解“跟着劳模去扶贫”、企业复工复产和劳模创新工作室情况。他强调,要充分发挥劳模示范引领作用,进一步叫响做实“跟着劳模去扶贫”活动,助力决战决胜脱贫攻坚大局;鼓励支持劳模创新工作室开展技术攻关、人才培养工作,促进企业复工复产、健康发展,为夺取疫情防控和经济社会发展双胜利作出贡献。(张龙飞)

要闻简报

- ◆习近平在宁夏考察时强调:决胜全面建成小康社会决战脱贫攻坚,继续建设经济繁荣民族团结环境优美人民富裕的美丽新宁夏。
- ◆李克强将同德国总理默克尔举行视频会议。
- ◆教育部进一步严格国际学生进入我高校本专科学习申请资格。

(据新华社6月10日电)

安徽应对疫情影响 统筹84亿元救助困难群众

新华社合肥6月10日电(记者 徐海涛 汪奥娜)记者从安徽省财政厅、民政厅获悉,安徽积极应对新冠肺炎疫情,聚焦脱贫攻坚和改善民生,今年截至目前省财政已统筹下达困难群众救助资金84亿元,较上年全年增加6.2亿元。

据了解,安徽下达的84亿元困难群众救助资金,统筹用于城乡低保、特困供养、孤儿保障等支出。全省城乡低保标准稳步提高,目前已分别达到每年6906元和7145元,惠及215万名低保对象。全省35.3万名特困供养人员基本生活得到有效保障,特困人员基本生活标准达到每年9240元。社会散居和集中供养孤儿,每人每月基本生活费标准分别达1050元、1450元。

为应对疫情带来的影响,安徽落实应保尽保,及时将符合条件的家庭和个人纳入兜底保障范围。发放价格补贴,实行价格临时补贴与物价涨幅挂钩机制,拨付3.7亿元由各地统筹使用,保障困难群众基本生活水平不因物价上涨而降低。

同时,安徽加大临时救助力度救急解难,灵活给予直接救助和先行救助。今年前5个月,全省临时救助4.3万人次,支出临时救助金8125万元,有效缓解了困难群众突发性、临时性生活困难。

我省启动 小麦最低收购价执行预案

本报讯 6月10日下午,记者从省政府新闻办召开的发布会上获悉,我省夏粮喜获“十七连丰”,即日起至9月30日,将在全省范围内启动小麦最低收购价执行预案。预计今年小麦收购量将继续保持较高水平,全社会收购量在1000万吨以上,与去年基本持平或略增,其中最低价收购量约为540万吨。

按照国家规定,2020年产的小麦三等标准品最低收购价每百斤112元,与去年持平。相邻等级之间差价按每百斤2元掌握,即二等标准品114元每百斤,一等标准品116元每百斤。在预案执行期间,如果市场价格回升到最低收购价水平以上时,将停止预案实施,充分发挥市场机制作用,组织开展市场化收购。

为了方便广大农民朋友了解咨询国家粮食收购政策,将通过政务网发布粮食收购进度、库点分布、市场价格等信息,推广应用“智慧皖粮”售粮通APP。同时,省粮食和储备局也开通了政策咨询电话(0551-62870512)和监督举报电话(0551-62870619),24小时畅通政策咨询和投诉举报渠道。

为保证收购资金结算安全高效,收购资金一律通过政策性粮食收购“一卡通”系统直接支付至售粮人,确保农民“粮出手、钱到手”。(本报记者 何雪菲)



更换道岔保通畅

6月9日,中国铁路上海局集团阜阳工务段的职工在京九线上的阜阳站更换道岔作业。这是自5月15日以来的第15次更换,该段将对京九线安徽北段的42组设备老化的道岔进行更换。孙华方/摄

我省向高校毕业生和创业者发送短信

提示申领相关就业创业补贴

本报讯 6月10日,记者了解到,根据“四进一促”专项活动安排,省人社厅通过信息共享、数据比对,首批为2.2万名符合条件的高校毕业生、创业者发送政策短信,提醒高校毕业生、创业者及时申领相关就业创业政策。此次政策“红包”的对象和内容主要是:与小微企业签订6个月以上劳动合同并依法缴纳社会保险费的毕业年度高校毕业生,可以享受3000元一次性就业补贴;毕业2年内以内的高校毕业生、就业困难人员、返乡农民工、退役2年以内的自主就业退役军人、建档立卡贫困劳动者等人员首次创办小微企业且正常经营6个月以上,可以享受5000元一次性创业补贴。符合条件的高校毕业生、创业者可以通过安徽政务网、“阳光就业”网申请办理。下一步,省人社厅持续开展大数据比对,对符合失业保险返还、就业奖励、岗位补贴、社保补贴的企业推送政策短信,对符合创业成功补贴、就业奖励、社会保险补贴的高校毕业生、退役军人、失业人员、返乡农民工、建档立卡贫困劳动者等推送政策“红包”。(本报记者 魏如冰)

直播带货促转型 “老市场”焕发新生机

“大家看看我手上的冰袖,透气防晒还显瘦!14块9两件带回家,还不赶快下单!”6月9日,安徽大市场在抖音平台首次试水直播带货这一电商营销新模式,8名来自瑶海区方庙街道的社区一线工作人员走进直播间,化身“直播带货官”在线销售,助商促转型。

陷困境,传统市场亟待转型

说起网络直播带货,许多人都不陌生。而对于安徽大市场来说,还是大姑娘上轿——头一回。

建于1996年的安徽大市场,是省内影响最大的专业批发市场,享有“安徽家电第一市”“安徽最旺铝制品市场”等美誉,更是“国家重点联系批发市场”。在互联网还不发达的年代,以实体经济为优势的安徽大市场,货物曾经畅销省内外,但随着电商平台的日益崛起,这个以传统销售模式为主的市场却日渐式微。网络时代的“后浪”冲击,加之道路老化、交通堵塞,综合治理等突出问题,安徽大市场人气锐减,疫情暴发后更是受到巨大冲击,对这里的商户们而言,这个“寒冬”格外漫长。

方庙街道党工委副书记苏鸣告诉记者,“第三次经济普查时期安徽大市场有商户3300余户,到第四次经济普查时减少了600余户。可以说,旧的经营模式已经不再适合今天的发展。”

穷则思变,困则谋通,这个昔日辉煌的老市场急切渴望着一场转型。

寻突破,街道市场携手“触网”

安徽大市场以批发经营为主,商户坐商思维严重,老经验老思想根深蒂固,但也有其先天的优势。“我们这里商户众多,有许多省级代理商,能够直播的品类多达20大类,上千种品牌,有着丰富的货源和价格优势,打造销售新业态,我们有实力也有信心。”苏鸣说道。

立足这一优势,方庙街道携手安徽大市场,积极“触网”转型,今年5月搭建起“安徽大市场”抖音平台,5月15日上传了第一条“安徽大市场宣传”短视频,并于21日正式试播运营。

为了将实体店的经营模式融入互联网,更大限度释放老字号新活力,方庙街道结合“左邻右舍”党建服务站建设打造出专属直播间,为市场商户们带货直播提供平台及多元优质服务。社区也做好直播带货的宣传工作,动员商户积极报名填写优质商户推荐表,截至目前,已有几十家商户报名。“我们会对推选出的市场优质商户及商品进行认真筛选,确保直播商品的质量!”社区工作人员说道。

搭建带货平台,将实体店的经营模式融入互联网,打造“线上引流+实体批发+直播带货”的市场发展新模式,让老树发新芽,将“减法”变“加法”,以优势补短板,安徽大市场走出了一条转型发展新路。

唱好戏 让直播带货成为“新常态”

台子搭好,戏更要唱好。在这个直播间,卖货的主播不是网红,而是社区的工作人员。方洁是方庙街道万绿园社区社居委委员,也是此次带货的“主播”之一。她

告诉记者,为了此次直播,她和同事们做了大量的前期准备工作,“拍摄宣传海报推广活动,邀请专业老师培训,我自己也利用空闲时间学习金牌主播的带货技巧,对所卖产品做了详细的笔记,价格、颜色、性能都如数家珍”。

授人以鱼,更要授之以渔。为了让更多的传统商户掌握电商销售知识,搭上直播“快车”,街道针对市场商户进行直播带货培训,拟发展一部分商户通过自己的直播带动其他商户转型。同时在售后、发货等问题上进行细节策划,从直播、下单、物流到送货上门,实施一站式全流程服务,运用直播电商全渠道能力,尽可能压缩成本,引导商户远离不健康的低价竞争,避免盲目“触网”带来的无疾而终。

此次安徽大市场的首次线上直播成交订单296笔,累计交易额8971元,这说明从吸引眼球到流量变现,到真正给消费者带来边看边买、即买即用的体验,仍有很多工作要做。“目前我们卖多少货并不是关键。”苏鸣表示,“我们不是做‘直播+卖货’的简单加法,更重要的是帮助商户转变销售思维,借力技术支持,变现实困境为转型动力,助推安徽大市场从实体渠道向全渠道转型。”

“老市场”的首次“触网”,一方面拓展了更大市场空间,也让街道和市场商户们达成共识——只有努力写好转型升级大文章,才能摆脱日渐式微、夹缝中生存的现状,让“老市场”焕发“新活力”,让老品牌踏上新征程。

(本报记者 何雪菲 通讯员 杜娟 杨静)



“全家福”促安全

在全国第19个安全生产月活动期间,中煤新集口孜东矿大力开展亲情文化宣教活动,将父母的嘱托、妻子的期盼和儿女的祝愿制作成职工“全家福”,用亲情浇筑成坚守安全的铜墙铁壁。图为该矿职工正在观看亲情展板。

李亮 岳伟/摄