



让“新农民”耕耘希望田野

■李斌

机器人灵巧地采摘黄瓜,无人机喷洒农药,动力排灌机在田间灌溉,通过手机云端随时了解养殖状况……在今天的中国乡村,一个个农业现代化场景令人惊叹。新农民与新技术的结合,正在农村这片希望的田野上,播下金色的种子。

小康不小康,关键看老乡。30 年前,党的文件描述农村“基本上还是用手工工具搞饭吃”。今天,随着中国社会基本矛盾发生深刻变化,农民的温饱问题得到解决,农业靠天吃饭的局面也有了明显改观。但与此同时,农业生产“后继乏人”、资源环境束缚压力加大、农产品品质难以满足需求等问题,拖慢了农业农村实现现代化的脚步。一度,“未来谁来种地,如何种地”成了让人头痛的问题。正是在这一背景下,党的十九大要求,实施乡村振兴战略,加快推进农业农村现代化。

习近平总书记强调,“让广大农民都过上幸福美满的好日子,一个都不能少,一户都不能落”。在实现“两个一百年”目标的历史交汇期,“乡村振兴”经党的十九大上升为党治国理政的重要战略。从推进农业现代化转变为“加快推进农业农村现代化”,从以城带乡、城乡一体化转变为“建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系”,坚持农业农村优先发展、巩固和完善农村基本经营制度……十九大报告从解决“三农”发展不平衡不充分问题出发,着力强基础、补短板、增活力,抓住了强农富农的“牛鼻子”。以此为导引,农业强起来、农村美起来、农民富起来,有了更加清晰的路线图。

让农村留得住人,让农业吸引人,需要农村农业的现代化,更需要农民的现代化。亿万农民是乡村振兴的主体,必须把他们的积极性、主动性、创造性调动起来,让“庄稼汉”成为懂生产技术、有管理经验、熟悉

市场的“新农民”。今天,越来越多的农民懂得了知识和技术的重要性。农民走进校园学习农业技术,志在“打赢知识翻身仗”;“跳出农门”的大学生选择去农村创业,“和土地谈一场恋爱”;从“土里刨食”到“土里掘金”,平凡土地生长出致富希望;绿水青山换来金山银山,生态立村、绿色富民的路子越走越广……新理念、新知识、新技术,正在让新时代的中国农村焕然一新。

农民素质的高低,决定了农业农村现代化的未来,因此需要培育更多“新农民”。据了解,目前全国新型职业农民规模超过 1400 万人,一大批具有一定科学文化素质、掌握了现代农业生产技能、具备一定经营管理能力的新型职业农民,正在成为现代农业建设的先导力量。未来,仍然需要相关部门加大力度,为新型职业农民的培育塑造有利土壤,并在信息咨询、技术指导、经营培训、资金扶持等方面提供指导,帮助农户了解市场、开拓市场、适应市场。

回应“乡村何以振兴”“乡村为谁振兴”的时代之问,党的十九大已经做出了立体部署。深化农村土地制度改革,构建现代农业产业体系、生产体系、经营体系,促进农村一二三产业融合发展……这些顶层设计,正在铺就乡村振兴的地基。同时,乡村振兴,也离不开一支懂农业、爱农村、爱农民的“三农”工作队伍。“太行山上的新愚公”李保国,人民好代表毛丰美,耶鲁走出的村官秦玥飞,正是这些热情与能力兼备的人才,为农业发展农村进步注入活水。培养和扶持好扎根农村发展的“火车头”,广袤农村的明天一定会更好。

“民惟邦本,本固邦宁”,在中国传统里,治国济世莫不以农村、农民为重。今天,中国比任何时候都更有信心和能力促进农村全面发展和繁荣,实现乡村振兴。相信随着改革的落实,新时代的农业将更有奔头,农村将更有吸引力,农民将更有荣誉感。

画中有话

“警钟长鸣”

年终将至,各地政府部门、企业和单位的安全生产隐患排查工作进展如何?比如各单位的“消防安全员”是否经常提醒同事注意安全生产事宜,就像自家人用完燃气灶具关火之后再关上燃气阀门一样不厌其烦?

为了加大安全生产普法宣传力度,国务院安全生产委员会从今年开始,将每年 12 月的第一周确定为安全生产法宣传周。

安全生产是个系统工程,涉及人人、时时、处处,一些老问题、新问题不时出现,只有不断强化安全生产意识,不厌其烦地排查安全生产隐患,才能切实保障人民群众的生命财产安全。

新华社发



农行周口分行举办客户经理党性教育培训班

11 月 20-24 日,农行周口分行在大别山干部学院成功举办对公专职客户经理党性教育及业务知识培训班。本次培训采用课堂教学、现场教学、情景教学、专题教学相结合的授课方式,充分发挥了党建的统领作用,实现了党建与业务的有机结合。

课堂教学环节,参会人员聆听了大别山干部学院特聘教授任舒泽讲授的题为《大别山革命根据地的辉煌历史和启示》和李书吾讲授的题为《深入学习贯彻习近平强军思想 全面推进国防和军队现代化》的专题讲。现场体验教学环节,大家观摩了箭河革命纪念馆、郑维山将军故里、鄂豫皖苏区首府革命博物馆、将帅馆、红四方面军总部旧址、中共中央鄂豫皖分局旧址等地。专题教学环节,大家在列宁小学聆听了“做知行合一的典范”、“赤胆忠心”等专题教学;体验式教学环节,大家访农户,体民情,走“志任小道”,听英雄故事,传承先烈遗志、强党性修养。

专题讲座环节,邀请武汉管院沈军教授、省分行张桂琴、机构业务部梁峰等四人开展“对公客户经理营销技能提升”“国际业务产品”“机构业务产品”的培训。该行党委委员、副行长曾升给大家做了题为《对当前全行对公专职客户经理队伍建设的几点看法》的主题讲座。

通过五天的培训学习,全体专职对公客户经理系统地学习了公业务知识,更加坚定了顾全大局、敢于担当、勇于拼抢市场的信心和决心,真正在思想上受到了深刻洗礼,真正达到了触及灵魂、提升素养、锤炼党性的目的,为对公业务年末冲刺和明年开局做了扎实的思想储备和知识技能提升。

(陈怀立 张贝贝)



“用得好”还要“用得爽”

■林丽鹂

朋友家有一台国产净水器,价格适中,外观简洁,净水效果也不错。碰上周围的人要买新电器,这位朋友总是推荐:“现在国产品牌要颜值有颜值,要品质有品质,性价比很高。”不过,最近,她开始跟我抱怨:“国产商品硬件一直在进步,但不少售后服务还在原地踏步。”

原来,朋友家的净水器使用一段时间后出了点问题,申请售后服务的过程中,品牌商、维修点来回踢皮球,协调了一个星期,也没有维修师傅上门检修。无奈之下,她又买了一台某国外品牌净水器,从安装到用户回访,售后服务都有规范的操作流程,工作人员也非常热情,让人省心、舒心。

朋友碰到的事,很多人深有同感。低端的功能性需求得到满足后,越来越多的消费者还希望商品具有稳定性、易用性、智能性,最好还能在使用过程中带来愉悦感。然而,国内一些品牌仍停留在压缩服务成本、靠商品低价抢占市场的层面。这样低水平的消费者们期待,中国制造在完成从“能用”到“用得好”的升级后,还能实现从“用得好”到“用得爽”的升级。这对供给侧的服务提出了更高要求。

实际上,对于厂家商家而言,好的售后服务绝不是赔本买卖。消费升级大趋势下,大批消费者愿意为“用得爽”埋单。一方面,售后服务也是增值服务,以不少轿车品牌为例,其售后服务带来的利润超过售车本身利润。另一方面,好的售后服务更能培养消费者的忠诚度,扩大品牌的美誉度,最终转化为新的销售额。国内也有售后服务做得不错的品牌,我父母家中用了十几年的国产品牌洗衣机,只要出了点问题,打个电话就有人上门维修,因此被该品牌“圈粉”,新家装修买家电,自然还是选了这个品牌。

好产品需要工匠精神,好服务同样也呼唤一颗匠心。为了研发更适合中国大米的电饭煲,国内厂家的技术人员光是为了试验内锅的涂层,就要煮几千锅米饭,不放过米饭口味的任何一点细微差别。打磨好服务也应该有这样一股子“轴”劲儿,不放过任何一位顾客反映的问题,持续提升服务品质。某国际知名汽车公司专门成立售后英才项目,对售后服务流程的每一个环节进行严格培训,举办售后服务技能大赛,如同重视技术人才一样重视售后服务人才,最终帮助该品牌赢得了广大消费者的好口碑。

好服务的背后,是一家企业高效的管理。消费者对供给侧的服务有了更多期待,就是对中国企业的管理能力提出了更高要求。企业首先要在理念上将服务提升至应有的高度,充分认识服务的重要作用,在日常运营中,不断完善服务体系,尤其是加强售后服务。让消费者“用得爽”的供给侧,是消费者和生产者、销售者的多赢,也是中国经济质量的真正跃升。

周末闲评

