

全媒造势 全网营销 全程创牌

——2018年奉化水蜜桃文化节工作总结

□朱正天

由区供销社(农合联)牵头组织实施的2018年奉化水蜜桃文化节活动,从6月下旬开始至8月下旬落下帷幕,活动前后近2个月时间。期间,区供销社(农合联)面对今年奉化全区水蜜桃5.23万吨的旺产量,周边的宁海、象山、新昌、余姚和慈溪水蜜桃种植进入盛产期,市场竞争激烈,市场新零售营销能力薄弱的现状,区供销社(农合联)主动作为,提前谋划,积极创新营销手段和营销方法,采取全媒造势、全网营销、全程创牌的全新举措,全力打响奉化水蜜桃的产品营销和品牌建设,取得了圆满成功,主要做法是:

高起点谋划。凡事预则立,不预则废。2018年奉化水蜜桃文化节暨品鉴推介会作为区农合联成立后的首次农事活动,我们在春节后就谋划以“直播互动、网销升级”为主线的营销方案,被列为省供销社(农合联)与地方供销社(农合联)联合举办的第一个农事节庆活动,同时项目列入了宁波市供销社(农合联)今年推出的精品千创、互联网+农业三年行动计划中三个重点项目之一。7月8日,由省供销社(农合联)指导、宁波市供销社(农合联)与区人民政府主办、区供销社(农合联)承办的水蜜桃文化节暨品鉴推介会隆重开幕,省供销社主任邵峰,区委常委、常务副区长魏建根,来到水蜜桃产区、天下第一桃园——萧王庙街道林家村王家山桃园现场,敲响金锣宣布开摘。

做足桃文化文章,营造农事节庆氛围。活动期间,区供销社(农合联)组织溪口民国风、萧王庙宁波走书、尚田舞龙、莼湖渔家

女、大堰山村腰鼓等深具地域文化特色的开摘欢庆仪式。在随后举行的水蜜桃品鉴推介会上,播放了由区广电中心拍摄的桃文化专题宣传片,6位少年惟妙惟肖地演绎了宁波走书——奉化水蜜桃与弥勒传承文化节目,将农事节庆活动与奉化民间文化有机融合。现场组织了水蜜桃桃王测评及二维码产地追溯,首次推出桃糕、桃饮料、桃酒等10余个衍生产品展示、品鉴。

本着节俭办活动的宗旨,在开摘仪式现场只简单地搭建了一个具有乡土特色的竹制背景门,把有限的活动经费用在刀刃上,努力用小舞台演出大精彩。开摘当天,淘宝、京东、网易等官方网站进行了现场直播。区供销社(农合联)加强了林家、莼湖水蜜桃市场及精品示范区建设,并在拓展线上线下市场以及强化品控、品牌建设等方面进行了全方位的谋划,致力将奉化水蜜桃打造成国内第一品牌,使2018年奉化水蜜桃文化节暨品鉴推介会办出了新高度。

全媒体造势。在互联网高度发达的信息化时代背景下,各种新媒体传播影响力日益广泛,传统农产品营销也应该搭上信息化的时代快车。因此,在这次活动中,区供销社(农合联)从一开始就把全民体的造势作为水蜜桃营销的重要举措之一。活动开始前,拍摄最时尚的抖音短视频,由最潮区长代言水蜜桃、“网红带你游奉化、品蜜桃”,在节前、节中、节后持续播放,累计获得150多万人次的观看量,网友点赞3万多次。活动当天,淘宝、京东、网易等平台同步直播,累计观看人数达132万,收获网友点赞160多

万。凤凰新闻、消费日报、中国气象电视台、中华合作时报、浙江电视台、浙江在线、现代金报、宁波日报、宁波电视台、奉化日报、奉化电视台等媒体在第一时间的显著版块相继刊发(播放)了水蜜桃文化节开摘仪式暨品鉴推介会盛况和助推农民增收的报道。凤凰、腾讯、新浪等主流网络平台跟踪进行报道。

为了进一步扩大奉化水蜜桃宣传和品牌影响力,区供销社(农合联)在“联通客户日”,联络中国联通、淘乡甜、淘宝直播等渠道开展水蜜桃助困义卖活动,12位网红齐“吆喝”,观看量达到327万多人次,据统计,整个活动共有38家媒体60多篇(次)的广泛宣传和深度报道,为奉化水蜜桃区域品牌的建立迈出了扎实步伐。

双渠道拓销。在新零售快速升级的浪潮下,拓展传统线下渠道和线上新零售销售更是促进今年水蜜桃营销的重要举措。在线下,充分发挥供销社系统的资源优势,于6月下旬邀请嘉兴、杭州、台州、金华、宁波等省供销社果品市场和大型超市的19位老总到奉化进行产销对接,拓展华东物美超市、三江购物等大型连锁超市渠道,发动109位农产品经纪人扩大销售。在当天的品鉴推介会上,区政府与上海本来生活科技信息有限公司,区农合联与省果品流通协会、善融商城,水蜜桃产业农合联与顺丰快递,区旅游委与旅行社分别签订了营销协议和旅游推广协议。在去年线上进驻淘宝的基础上,今年新开发京东、1号店、淘乡甜、盒马鲜生、顺丰大当家、善融商城和全家便利店上海、南京店等大型新零售平台,进一步扩大了销售半径和增值销量,据统计今年全网累计销售达49万单,比上年增长158%。其中,新增甘肃、贵州、海

南、黑龙江、吉林、辽宁和四川等7个省及30多个城市,省外订单占比达61.32%,比去年订单量增加近2倍。7月19日,京东商智数据显示,奉化水蜜桃在京东生鲜全球水果排行榜位列第16名。

全链条创牌。为了提升奉化水蜜桃区域品牌在全国范围内的知名度和影响力,逐步将其打造成国内第一品牌,区水蜜桃研究所与区供销社(农合联)积极协同配合,首先从水蜜桃的生产环节入手,逐步择优确定了湖景玉露、良方等适合奉化气候、地域种植的高品质水蜜桃品种,制定了水蜜桃种植生产标准,建立了水蜜桃原产地地理标志和二维码追溯管理体系,委托省气象局再次开展奉化水蜜桃品质认证,获得优质品质证书。牵头组建了水蜜桃产业农合联,对全区水蜜桃实施统防统治,并由首席专家和乡土专家组成的专家小组确定用药方案,从源头上确保水蜜桃生产品质和食品安全。

其次,通过供应链服务升级,助力品牌提升。在销售环节上,邀请阿里巴巴“淘乡甜”的水果专家团队,提前两个月深入产地,组织基地农户进行培训,首次导入品控管理,完善采摘标准流程、产品规格分类标准、中转标准和包装标准,按照路程确定水蜜桃采摘成熟度,开发新型包装材料,降低运送中的损耗等,形成了一整套奉化水蜜桃电商化技术和标准体系,今年线上销售整体客诉率仅为0.259%,保障了奉化水蜜桃品质和口碑,提升了品牌的影响力。

在肯定今年水蜜桃节活动取得成绩的同时,在工作中也发现一些不足和问题,如我区水蜜桃种植规模化程度不高,品控管理较难;供应链服务企业短缺,影响了线上的销售促促。

作者系区供销社合作社联合社主任

关于教师业务素养提升的思考

——区域内校本研修存在的主要问题及改进策略

□张建军

一、引言

随着新课程改革的推进和校本研修的深入,人们已越来越深刻地认识到:校本研修是促进教师专业发展、实现快速成长的有效途径,是破解教学疑难、提升教育内涵的重要手段,是改进教研方式、提高教研品质的重要平台。为进一步规范我区校本研修网络平台建设,增强校本研修的主题意识、教师的主体意识及研修成果的提炼意识,从而更好地推进全区各校校本研修文化建设,不断提升校本研修质量,区教育局于2017年3-4月开展了校本研修学科、学段一学校一区县(市)三级调研,并于4月13日下午召集4个学段9个样学校召开了“中小学(幼儿园)校本研修恳谈会”。9个样学校均提供了书面的调研材料,并就当前存在的主要问题和下阶段改进措施进行了交流。

二、存在的主要问题

通过本次调研,发现我区校本研修工作在教师需求、研修内容、研修形式、研修保障及研修监管层面主要存在以下十方面的问题。

(一)教师主动参与校本研修的动力不足,研修热情不高。

(二)校本研修内容脱离教学实际,针对性不强。

(三)校本研修方式和手段过于单一,研修效益不高。

(四)部分学校办学规模小,教研组学科教师偏少,给校本研修的正常开展带来难度。

(五)学校校本研修引领者的素质有待于进一步提升。

(六)职高专业教师缺少实践研修的途径。

(七)校本研修网络平台的功能有待于进一步完善。

(八)学校对校本研修缺乏系

统有效的管理与监控。

(九)校本研修年度考核的相关细节还有待于进一步完善。

(十)校本研修的成果物化及实践应用有待于进一步强化。

三、改进策略

针对以上五个层面存在的十个方面问题,教科研专家以及各学段、学校的代表也提出了切实可行的意见、建议。

(一)激发教师需求。要求学校认真分析本校教师队伍现状,了解不同层级教师对培训的实际需求,以教师的教学实际和个人发展的迫切需要为研修内容构建研修平台,充分挖掘研修资源。同时想方设法转变教师观念,注重教师的自主参与意识和自我研修能力的培养,引导教师由“被动型研修”向“主动性、参与性研修”转变,变“要我培训”为“我要培训”。

(二)解决疑难问题。每所学校每学期都要定下适合本校实际的研修主题,研修主题可以是一学期的,也可以是一学年的,甚至更长的时间,体现研修活动的系列性。教研组研修能够关注热点问题,加强理性思考学习与实践探索,抓住核心概念开展有一定思考的实证研究。同时能够聚焦教育教学中的典型疑难问题,较为深入地开小课题研究,真正做到研究切口小、立意高、理念新的特点,这样才能提高校本研修的针对性与实效性。

(三)丰富研修形式。学校开展校本研修不仅仅局限于日常的上课、听课、评课,要努力开拓更多的研修方式。如实验小学搭建“明星教师微讲堂”“跟着特教教语文”“数学相约星期三”三个校本研修平台,让每一位教师都作为研修的主讲展现自己的长板。尔仪小学依据教师成长规律与发展路径,建立两大专业成长平台,即“青鸟学社”(工作满5年的教师组建的学习共同体)

和“九峰学会”(业务素养优秀的教师组建的学习共同体),设立不同的发展目标有效地激发不同层级团队教师专业成长的主动性、积极性。武岭中学通过论坛展示的形式,为教师提供有效的互动型研修机会;通过“师徒结对”的形式,为新教师和年轻教师提供更多的有效指导;通过“读书活动”和汇报,提高教师学习的动力;通过“师生同考”或其他教学比武,提高年轻教师投入研究教学的热情。

(四)深化联片研修。针对部分学校办学规模小,教研组学科教师偏少,给校本研修的正常开展带来难度的问题,建议这些学校加强与周边学校及示范学校的合作,通过年轻教师“师徒结对”、骨干教师“易校蹲点”等形式改变小学校、小学科单兵作战的研修状况,充分发挥联片研修的作用。同时学校要主动邀请学科教研员、各级各类名优教师形成专家团队来校指导,大力促进教师的专业成长。

(五)提升队伍素质。随着校本研修工作的持续和深入,对学校校本研修引领者的素质提出了更高的要求。下一阶段,教育局及教师进修学校要对分管教师培训的副校长、学校中层、教研组长进行分层分类的系列性、专题性培训,给他们提供更多“走出去”的机会,进一步拓展他们的视野,提升他们对校本研修的顶层设计能力。

(六)加强校企合作。针对职高专业教师缺少实践研修途径的问题,要求职高学校利用校内外一切可利用的资源,将学校和相关合作企业作为研修主阵地,积极落实校企合作——理实结合的项目培训,提高教师的实践技能。组织专业教师通过与企业合作,以研发课题的方式进行研究性学习,从而提高他们的科研和操作技能。

(七)拓展平台功能。在研修活

动中,教师们开展“头脑风暴”,纷纷表达自己的想法,研修活动后在平台上进行跟帖。我们会发现,有的老师跟帖后,其他老师对他的观点还会形成新的想法或建议,这个时候却不能平台上进行交流。建议进修学校进一步完善网络平台功能,在跟帖下面增加交流互动的平台,可以及时进行交流跟进,进一步提交改进措施,促进教师之间的互动交流。

(八)落实学校责任。建议学校成立由校长室、教科室(教务处)、教研组、教师组成的层级管理研修体系,以师为本,分层实施。把每学期的研修目标进行阶段性分解,让教师带着“任务”参加每一次校本研修活动,在开展校本研修“任务驱动”中促使教师高效参与。同时加强监督检查,注重过程化管理。学校定期检查网络研修平台,认真收交每一次研修作业,对各教研组研修情况及时总结反馈,提出意见或给予表扬,注重研修的落实和过程化管理。

(九)完善考核细节。一年一度的校本研修考核,主要还是看各个学校的特色和亮点,对薄弱的学校的关注和倾斜相对较少。在设计以后的考核时,应更注重发展性评价,从起点看变化,不搞一刀切;根据不同学校的类别按城区学校、中心学校、薄弱学校分层考核。考核时间可由一年一次改为两年一次。考核时让学校分管副校(园)长共同参与,便于相互学习,共同提高。考核后评出的校本研修优秀教研组和优秀学校给予适当的物质奖励。

(十)发挥引领作用。在校本研修年度考核后,分学段进行校本研修优秀教研组、优秀学校成果展示,让其他学校的分管副校(园)长、中层领导、教研组长集中观摩、互动研讨、借鉴提升,致力形成“一校一品”的校本研修文化,不断提升校本研修质量。

作者系区教育局副局长

学习角

【“传承红色基因、担当强军重任”主题教育】

要加强的军队党的建设,开展“传承红色基因、担当强军重任”主题教育,推进军人荣誉体系建设,培养有灵魂、有本事、有血性、有品德的新时代革命军人,永葆人民军队性质、宗旨、本色。

□王德贤

近年来,根据省市“最多跑一次”改革工作部署,区人力社保局不断创新改革模式,寻找改革突破口,推出“三增三减”工作机制,建立“单元式”窗口经办模式,提升群众和企业

一、创新“三增三减”工作机制

在“最多跑一次”改革推进过程中,以群众和企业需求为出发点,创新推出“三增三减”工作机制,即增加“零跑”事项、增加便民措施、增加基层服务、减少办事环节、减少办事时限、减少办事材料。目前,全局已公布“最多跑一次”事项115项,较之前精简材料139份,精简率25.98%;整合办事表单16份,整合率2.99%;缩短时限647个工作日,缩短率41.99%。

(一)增加“零跑”事项,减少办事环节,实现网上办。

为拓展业务“不用跑”,深化“互联网+政务服务”。目前有69个“最多跑一次”经办事项的业务操作通过“人社一体化平台”与浙江政务网对接,经办过程实时监测,其中“特殊工时制度审批”“社保缴费基数核定”20个事项变“一次跑”为“零跑”。同时积极拓展目录清单以外服务事项的“零跑”。全面推广网上申报系统,通过系统,企业足不出户即可办理社保参保、续保、停保等手续,目前,全区网上申报月均办理业务6000多笔,在去年的企业社保缴费基数申报调整中,网上申报率达98.1%,创历年新高。开通微信公众号、门户网站自助查询和新闻信息推送服务,让群众多渠道查询各类社保信息以及获取最新社保相关资讯。

(二)增加便民措施,减少办事时限,实现马上办。

为减少群众办事次数,新增两项便民服务措施。一是提升“即办件”比例,8个事项由承诺件变为即办件,即办件占“最多跑一次”总数的46.96%。在承诺时限基础上,实行“材料齐全、当场办结”或“窗口受理、快速送达”模式。例如个人社保卡申领、挂失、补办由原来的5个工作日调整为即时申领;用人单位申领社保卡可办理EMS快递送达服务。1-11月,我局进驻区行政服务中心各业务部门共受理办结各类事项46.08万件,其中即办45.71万件,即办率达到99.3%。二是试点推行“容缺后补”服务模式,对次要性材料实行“容缺受理”,对时效性强的次要材料实行“容缺办结”。例如针对零星报销业务开展容缺试点工作,专门设计容缺受理通知书,对审核材料暂时缺少的异地居住人群,实行非主审要件缺项受理和审批,容缺材料只要在15个工作日内补齐正,通过快递等方式送达即可。截至目前,先后提供“容缺后补”服务400余人次。

(三)增加基层服务,减少办事材料,实现就近办。

为就近就地满足群众和企业的公共服务需求,加快服务事项向基层延伸,全区11个镇(街道)、344个行政村(社区)已全面建立社会保障和公共就业基层服务平台,下放镇(街道)、村(社区)基层平台办理业务48项,其中“最多跑一次”事项10项。在下放的同时一方面通过优化流程进一步精简办事表单,清理申请材料中的模糊条款和兜底条款,共精简申请材料15条;另一方面加大自助服务一体机配置力度和布局广度,实现各类政策业务查询、参保信息查询打印及简易业务自助办理等功能。目前全区11个镇(街道)实现全覆盖,下一步逐步覆盖到村(社区)。

二、建立“单元式”窗口经办模式

在推进“一窗受理、集成服务”改革过程中,以社保医保综合办理区域为试点,提出了“单一业务,一窗受理,同窗出件;交叉业务,窗口调整,就近交接;综合业务,重组窗口,内部流转”多种方式并存的“单元式”窗口设置改革思路,有效破解了群众“瞎跑、长跑、多跑”问题。

(一)全面梳理事项,明确分类业务,避免群众“瞎跑”。

社保医保业务量大面广又错综复杂,年办件量在50万件以上。针对这一特点,按照“八统一”要求,全面梳理事项清单,实现《目录》内业务“最多跑一次”68项;加强业务整合,将40个服务窗口按照“单元式”划分为退休待遇核准发放(设2个区域)、机关社保、社保征缴、医疗报销五个区域。在办事大厅设置取号机,配备专人在社保机边指引取号,准确分类业务,设立咨询专窗,合理分流办事群众,强化引导咨询,避免群众“瞎跑”。

(二)优化服务流程,拉近物理距离,避免群众“长跑”。

社保医保业务政策复杂,须严格按照“分段操作、相互制衡”的“柜员制”模式经办。目前跨部门集成办理的交叉和综合业务是窗口业务运行的短板。为此,针对业务量较大的“新增被征地转基本、社保关系转移及补缴”等业务,局部调整申报、参保、被征地人员资格确认等窗口,拉近物理距离,设立局部的“被征地转基本缴费核定”、“社保关系转移补缴”小组式窗口,在首窗受理后,就近交接经办资料,避免群众“长跑”现象。

(三)设置组合窗口,实行单元经办,避免群众“多跑”。

社保医保业务虽已实现单一事项“最多跑一次”,但由于业务特殊性和连贯性,对围绕“一件事”开展的综合性业务,仍存在“多次跑”的现象。为此,我局重组窗口,按照业务功能设置“单元式”窗口,变“串联”为“并联”。如职工养老退休经办,原来是按“退休待遇核准—在职医保补缴退休—待遇计发”,群众必须跑3只窗口排队取号3次。在不打破内控规范前提下,设置4个“核准—医保—计发”组合窗口,达到了“核准受理、内部流转、计发出件”,避免办事群众跑3次的单元式经办效果。对于少数暂时无法实现“最多跑一次”的特殊情况,实事求是地向群众说明,并在经办流程中为群众着想尽量少跑腿。例如职工养老在职工死亡月未退休经办和工伤待遇支付等业务,在申请人自愿的前提下,签署《免签字同意书》,待经办结果出来后再进行电话告知,并及时支付待遇,避免了“多跑一次”现象。

三、下步思路

下一步,我局将继续以“三增三减”工作机制为抓手,以“单元式”组合窗口改革为突破口,深入推进“最多跑一次”改革向基层延伸。

一是以社保卡业务下放相关金融机构经办为契机,推进行政机事项向经办机构集中,“最多跑一次”事项向区行政服务中心集中,通过工伤、人才就业服务窗口整合进驻,增设综合办理窗口等措施,既实现中心事项进驻率95%和中心现场办理率95%的两个目标,又不断方便群众和企业。

二是加快服务事项向基层延伸,在溪口、莼湖两镇开展试点工作,进一步延伸社会保险业务经办职能,逐步从目前的“基层初审”转变到“基层经办”,再到“同城通办”,实现群众在家门口办事。

三是积极探索“四端同步”制度,让群众可以选择窗口、自助、PC、手机等四端中的任意一端办理有关事项。变“有形窗口”为“无形窗口”,推进“互联网+人社”模式,实现参保人员续保缴费、医保线上支付等服务项目,进一步拓展“零见面”服务。

作者系区人力社保局副局长

创新改革模式助力「最多跑一次」落地