



可查村务可投诉

一款App管住宁津818本村账

农村大众报宁津讯 (记者郭杰 通讯员孙久生 马芳)“现在不用跑到村委去看公开栏,哪怕你不在外省、外市,只要打开手机或电脑,就知道自家补贴和村里收支情况。”1月8日,宁津县长官镇小周村党支部书记周福通说。

村务公开一直是农民关注的焦点、热点问题,但传统的张榜公开的方式公开得不细致、不及时,群众监督不方便。而且,宁津县在实际工作中发现,传统的张榜公示存在一些盲区,比如村

干部虚开发票的行为就很难被发现。针对这些问题,宁津县对小微权力监管创新新模式:除在公开栏张榜外,还通过“智慧村务”App主动“送账上门”让群众监督。宁津县共有818个村,目前,全部村庄所有需要公开的信息均已上传“智慧村务”平台,村民可随时登录平台查阅、监督。

在宁津县开发的这个“智慧村务”平台上,村民可以看到本村每月财务、党务、低保办理等事项。内容不再是单纯的数字,

还包括原始票据和相关会议记录、会议照片等。相关数据均在客户端永久保存,可随时查看,不限数量,不设期限。

在每一个公开事项下面,还设有满意、不满意、举报等功能选项。群众点击“举报”键后,系统后台会自动给所在乡镇或街道的纪委书记发信息,督促核实查办。“这个月12日村里打扫卫生的只有5个人,村上公开的出工表上却有10个人,是不是让人吃私贪污了?”去年5月,宁津县宁城街

道纪工委书记张长英收到了这样一条信息,这是系统后台发来的本街道詹庄村村民的举报信息。

宁城街道纪工委立刻进行调查,发现詹庄村有前街、后街两条主道,当天每条道路各安排5人打扫,举报人只看到了前街的5人,没看到后街的5人,产生了误会。调查清楚后,张长英马上让村干部通过大喇叭向村民做了说明,并提供了多名村民的证明。

2020年以来,全县共收到类似举报120多条,全部及时做出了调

查处理,共处理处分村干部4名。

眼下在宁津,干部的规范意识、村民的监督意识均得到增强,各类事项运行更加规范。“通过用清单规范村权运行,用科技推进村务公开,使乡村治理模式从单向管理变成了双向互动,从‘管制’转变为‘共治’。”宁津县农村三资管理中心工作人员说。据悉,自去年系统上线以来,全县反映村干部经济类信访事项和村级财务类信访事项分别下降了52.6%和57.8%。

不仅供肉也供猪——

“猪司令”的新年新打算



俗话说:进了腊月就是年。

1月13日,农历的腊月初一。笔者走进位于诸城市皇华镇小尚峪村的诸城市富农藏香猪养殖合作社,一群群体格健壮、蹄细骨硬、嘴尖头长、长相酷似家猪却又不同于家猪的藏香猪在山坡上吃草觅食。合作社门口,工作人员正紧张有序地分级、装箱产品,现场一派繁忙的景象。合作社理事长邹木好介绍说:“这些都是准备发往青岛等地的藏香猪肉,俺们合作社的藏香猪肉通过了品牌认证,现在已经端上岛城市民的餐桌了。”

“2012年,我去西藏林芝看望战友,发现当地的藏香猪肉肉质鲜美。结合我们村山区丘陵植被好等地理优势,经过认真思索和多方考察后,我承包了16亩的山地,对其进行散养。”一提到藏香猪,邹木好



合作社散养的藏香猪很受市场欢迎。

打开了话匣子。

2014年,邹木好领办了藏香猪养殖专业合作社,如今人社

员62户,每户最少养殖一组——10头母猪、一头公猪。每头母猪一年能繁育20头仔猪。邹木好告诉笔者,合作社与社员签订了协议,仔猪回收,每头价格700元左右。

邹木好说:“普通猪4个月就

靠吃草长大,藏香猪的脂肪含量低,肉质鲜美,备受顾客青睐,常年供不应求。

在笔者采访的过程中,邹木好的手机一直响个不停。“青岛一家公司通过电话订购了10头藏香猪,要求次日宰杀分割后发货。”

“天津百年老店余庆祥餐饮,一直用我们的藏香猪。去年我们供给他们500头仔猪。”邹木好说,疫情防控常态化下,省内有多家养殖户与合作社达成合作。合作社会根据对方的情况,供应仔猪,为他们“量身定制”饲养方案,从供肉向供猪转变。

据粗略统计,去年,合作社有1.2万头藏香仔猪销往全国各地。

面对疫情防控常态化,新年伊始,邹木好心里有了新的展望:“将依托‘合作社+基地+农户’的生产模式,由基地向农户提供仔猪、养殖技术等,藏香猪成年后再由合作社回收,打造集养殖、深加工、销售为一体的藏香猪养殖品牌基地,带动更多的人走上致富路。”

农村大众报通讯员 徐春光

线下转线上

直播带货拓销路

农村大众报青岛讯 (通讯员徐宁)“粉丝宝宝们,今天你们买到就是赚到……”走进位于青岛市即墨区的青岛雪达集团直播基地,只见该直播基地负责人毕驹海化身网络主播,线上卖童装。面对当前经济形势,即墨国际陆港及蓝村街道积极抢抓直播风口,大力发展直播电商产业。

“像这样的直播平均一天要开播三场,贯穿全天,除了邀请自带流量的专业网红主播外,年初我也从幕后转向幕前,成为一名新晋主播。”毕驹海介绍,去年年初,在当地政府的扶持下,雪达集团从线下走向线上,组建成立直播基地。

“我们自种的草莓不打农药,个头大、味道香甜……”为抢占春节鲜果市场,农场负责人赵文忠每天进行网络直播带货。起步之初,所在街道专门安排他到附近的跨境电商小镇免费进修学习。200人、300人、500人……通过他的努力,赵文忠直播间的人数越来越多,单场直播交易额可达上万元。从策划、拍摄到剪辑,年过半百的赵文忠“一肩挑”,成为周边小有名气的“直播达人”。

寿光农商银行存款规模突破400亿元

春天行动开展以来,寿光农商银行党委在省市联社党委的坚强领导下,坚持党建引领,围绕资金组织工作,不断突出发挥党委示范引领作用、党支部战斗堡垒作用和党员先锋模范作用,党委、支部、党员三级联动全力抢占存款市场,打响了春天行动攻坚战第一枪。截至1月19日,全行各项存款余额较年初增加24.67亿元,增幅6.57%,同比多增17.31亿元,达到400.37亿元,成为全省农商银行系统首家也是唯一一家存款规模突破400亿元的县域农商银行。

党委发挥示范引领作用,靠前指挥。一是战区分布作战,领导干部带头攻坚克难。开展了“元月存款PK争先赛”,全行划分五个竞赛战区,分区作战、竞赛PK,业绩周周排、先进周周评。行党委班子成员挂帅战区,采取“四不两直”方式直插一线督导督战,带头公关低成本大戶

存款,先后拓展全福元商业集团、联盟化工集团等大戶存款5.84亿元。二是党委定向约谈,倒逼落后单位迎头追赶。活动开展两周,已由行党委专项约谈11家资金组织推进慢、营销拓展不力、排名暂时靠后的单位,引导支行主动寻标对标,查摆落后原因,明确追赶目标,促进支行存款全线“高歌猛进、一路走红”。三是突出党建与业务融合,做好党建共建文章提升存款。行党委持续加强与共建单位沟通协调,不断完善“政银便民通”共建窗口建设,增聘43名金服专员,达到85名,“收钱吧”商户达到3800户,产销服务平台用户达到840户,接入“农业投入品”系统农药经销店等经营主体达到902家,沉淀资金4200万元。同时,积极对接医疗卫生、公安、教育、工商等系统主管部门党委,确定党建共建计划,拓展系统性客户存款,切实把党的政

治优势不断转化为市场竞争和开展金融服务的效能。

支部发挥战斗堡垒作用,凝心聚力。一是农区支行党支部抢抓春节前资金回流旺盛的有利时机,以送福字送春联为敲门砖,借助网格化营销科学谋划,送金融服务上门。组建金融服务小分队,党员干部带头携带便携式智慧柜员机和移动终端等设备,进村入户,在寒冷的冬天,让百姓足不出户即可享受“一站式”金融服务。截至目前,已开展金融服务小分队宣传456场,带动存款增长3200余万元。二是城区支行党支部在行党委与圣城街道党工委党建共建基础上,85名金服专员积极与全市146个有物业大中型小区具体对接,借助小区“红色管家”拓展代收物业费、储蓄存款等,组建营销团队,采取团队PK赛的形式,重点拓展小区周围专业化市场及沿街商铺。持续与商户开展异业联盟,将异业联盟活

动融入厅堂营销,通过开展“欢乐过大年,牛年有大鲤”等系列活动,实现资源共享、优势互补,客户黏性不断增强。截至目前,各项营销活动实现揽储1.5亿元,带动自营存款较年初增加2.54亿元。三是机关党支部切实履行好督导帮扶和服务职能,当好“参谋长”,积极帮助基层出主意、想办法,协助拓展财政、社保、教育等优质客户,确保存款市场份额稳中有升。截至目前,全行个人储蓄存款余额322.4亿元,较年初增加5亿元。

党员发挥先锋模范作用,冲锋在前。一是党支部书记率先垂范,通过组织开展“三会一课”、讲专题党课等形式,把基层党员员工思想统一到上级党委战略部署上来,并带头认领任务、领客户,组织党建共建、客户回访、扫街入户、专业市场拓展等一系列营销活动,维护拓展高净值客户,及时了解客户需求,跟进匹配金融服务。二是传承

“挎包精神”,增强党员员工宗旨意识。实行客户经理“六配四不配”即客户经理人手一个水杯、一个挎包、一个PAD、一份茶水补助,车后备厢放着小桌板和折叠电动车,不配备专门办公室、办公桌、办公电脑和固定电话,党员干部带头践行“挎包精神”,走村入户进行拓展存款,锻造一支愿干、能干、会干的农信铁军。三是全面落实省联社“三项机制”改革要求,实施以业绩为导向的薪酬激励机制,对存款实施业务计价考核,根据存款的品种、期限不同,设置不同的FTP价格,引导员工营销低成本存款。同时,开展“结对帮扶”活动,每位党员干部详细了解帮扶员工的业绩完成情况,带领员工想办法、找客户、挖存款、拓产品,真正做到党员干给员工看,带着员工干,充分发挥党员先锋模范作用。

(王希强 王文)