

致富经

财经热点

新兴镇吹起新兴电商风 电商抱团助推乡村振兴

记者金钧胤报道 每天晚上8点,对于大多数人来说,是安心坐在家中、躺在床上,照看孩子抑或是刷着手机的休闲时光。而对于广大的直播电商们来说,这个点却是他们真正开始忙碌的时候。“直播的时间很宝贵,基本上每一分钟都要用到极致。产品排序、文案介绍、商品性能……这些除了需要在直播中随机应变,还需要在白天做详细规划。”直播电商周丽萍说。

在丽水市松阳县新兴镇,一股电商之风给镇上的年轻人带去了就业机会,也给当地企业带去了新风向。

内向人的“直播经”

“我们家的多肉植物是精品控养,大家仔细看,全部都是颗粒土养的……”松阳县新兴镇的金慧玲和弟弟像往常一样,大早上就开始在自家的多肉植物基地里开起了直播。眼下正是丽水一年当中

多肉植物长势最好的时期,连日来,这对姐弟几乎每天都要直播14个小时,忙得不可开交。

“我大学里学的是化工专业,毕业回到家乡后发现对口的工作比较难找”,金慧玲说,恰好前几年网上刮起了一股“多肉风”,她决定试一试,就拉上弟弟在自家田里打造一个多肉植物基地。

多肉植物生意刚起步那会,金慧玲通过线下和微信销售,生意一直不错。然而2020年,受疫情影响,多肉植物线下销售也陷入了低迷,于是金慧玲想到了通过网络直播的方式来拓宽多肉植物销售渠道。“我本身性格内向,刚开始做直播的时候,话也不敢讲,然后也不知道怎么引流,开播只有三五个人来看,播一天也卖不了什么货。”

为了学习直播,金慧玲多次报名参加电商培训,系统学习短视频拍摄技能;学习其他电商直

播技巧。就这样,直播间的人气渐渐旺了起来。“坚持。是坚持让我有了现在日均销售额2000元左右的业绩。”金慧玲说,目前她正在研究个人直播风格,同时还让弟弟学习专业运营知识,让销售额再上一个台阶。

直播中的文化牌

在新兴镇,与金慧玲一样,加入“电商大军”的年轻人还有许多,从小在茶园边长大的周丽萍就是其中之一。目前周丽萍的网络账号共有40余万粉丝,日均发货量在300单左右。而在2018年12月第一次开播时,右上角的人数一直是0。最初的几个月,因为缺乏经验,起步显得格外艰难。当时整个团队只有4人,无人观看,也没有多少订单。

起步的艰难没有吓退周丽萍,凭借着对茶叶的深厚感情和早年一直从事茶叶线下实体销售的经验,周丽萍准备另辟蹊径,在

直播中打产品牌,更打起文化牌。“当时,在网上销售茶叶已经不是什么新鲜事了。所以我觉得从一片叶子的事入手,这样能更好地吸引大家眼球。”为了提升竞争力,周丽萍回乡后专门学习了系统的茶叶知识和茶艺,在直播间穿一身汉服教网友识茶、泡茶,因此收获了一批铁粉。

“茶,不是放在杯子里,拿热水一冲就好了。”周丽萍说,“许多人不爱喝茶,是因为他们不会泡。像绿茶,就要选用散热快的玻璃器皿冲泡,水温控制在80℃~90℃之间,才能最大程度保留绿茶的鲜爽度。”所以周丽萍每次在直播间里卖茶的同时,还会教授如何去泡茶、品茶,以及使用茶具、茶器。

新兴镇中的新转变

近两年,新兴镇共有30余名年轻人回乡从事电商创业,他们大多以家乡茶叶、特色农产品为

直播内容。电商的兴起也给新兴镇的企业带去了改革的浪潮。

松阳县绿云峰茶业有限公司负责人黄杰飞告诉记者,随着当地电商数量的增加,电商对货源的要求也在不断提高。电商对产品的高要求倒逼“绿云峰”对自家产品进行了多次改进升级,这也让黄杰飞萌生了自己开直播的想法,“如今,我们也组织了自己的直播团队,希望能在电商大战中打响自己的品牌。”

直播电商给新兴镇带去了新气象,但囿于工作性质,他们大多各自为政。为此,新兴镇在强化电商培训的基础上,通过搭建平台,形成联盟,发挥回乡创业青年抱团优势,把电商之风化为乡村振兴之风。“一方面我们积极发挥创新创业人物的引领作用,进一步畅通电商创业者之间的沟通渠道,另一方面,我们还开设直播培训课程,为新兴镇的电商发展助力。”新兴镇团委书记毛俊超说。

潮农年货节 更有“致富味”

1月7日至1月20日,浙皖闽赣“联盟花园”潮农年货节线上直播。至1月12日,抖音“联盟花园潮农年货节”话题参与人数已逾853万人,销售额已突破2000万元。

“联盟花园潮农年货节”由浙江省衢州市人民政府主办,衢州市农业农村局、柯城区人民政府、阿里巴巴天猫

农产品事业部、巨量引擎本地消费业务中心承办。年货节集得了浙皖闽赣(衢州黄山南平上饶四市)四省市100多款品质优良、价格实惠的特色农产品,供全国各地消费者挑选。打开淘宝、抖音APP以及“联盟花园一码游”小程序,就可以指尖购物,足不出户尝遍四市美味。

通讯员胡江丰、蒋诚 摄



财友圈

规划领富 智治促富

三门革命老区共富先行

■庞晓栋

“第一书记卖年货!革命老区浙江红旗第一飘——亭旁芹溪农特产品:红薯豆面,99元/箱,每箱标准2公斤;古法红糖,99元/箱,每箱标准2.5公斤……”近日,张乐发布了内容如上的一条朋友圈,短短半天,订单已有580箱。

“这不快到年底了,想着为村里做点实在的事儿。”张乐说,红薯豆面和古法红糖是芹溪村的特色农产品,原先是村民自产自销,规模小、销量一般,眼下又受疫情影响,村里农副产物遇到了销售

难题,想通过线上广开销路,让村民们的生活更有奔头。

张乐是台州市社会事业发展有限公司下属台州市农发农业发展有限公司副总经理。2021年3月底,他受组织委派,任台州市派驻三门县亭旁镇芹溪村第一书记、台州市派农村指导员三门组组长。驻村期间,他深入调研,与芹溪村红色资源深度融合,经和“村两委”认真研究,提出了以“党建引领、规划先行、文旅产业、共同富裕”的发展思路。

“芹溪村地处革命老区,经济发展较为薄弱,要想从根本上推

动村子实现共同富裕,规划引领是关键。”张乐说,我们联系了民进台州市直属第三支部、浙江清庭工程设计集团、三门县自规局等单位,为芹溪村编制有史以来第一个村庄规划。

据悉,该规划立足当地特色资源,将空间、土地利用、产业、数字化建设等方面全部纳入。在生活起居上,规划选取部分开阔平摊的存量用地作为村民安置;在旅游布局上,规划将村域划分为三个区域,分别为乡村风情体验区、亲子户外体验区、山地运动探险区;在农产品打造上,策

划以古法红糖、红薯豆面、纯正红茶为特色的“芹溪三红”农产品品牌,促进农业增效、农民增收……乡村旅游概念性规划已于2021年评审并实施,旅游景区建设预计今年“五一”之前建好并对外开放。

值得一提的是,为精心打造建设共同富裕浙江省示范村,芹溪还引进了一家浙江省数字化企业,为村里编制了首个“红动芹溪”数字乡村建设方案,让数字化应用融入乡村经济和乡村治理的方方面面。

“有了产业支撑才能为村里

带来直接收入。”张乐说,为加大投资力度,我们走访了多个部门,对接了数家企业,共邀请到国内50余家单位负责人、著名企业、社会团体等人村调研、考察,截至目前,预计能争取到浙江省预算内投资和上级政策性专项资金约1000万元。

一张蓝图绘到底,久久为功搞建设。如今,芹溪村累计吸引乡贤旅游投资5000万元,目前已完成文旅投资1500万元;核心区建设已初步成型,全村变成了网红旅游打卡地,累计接待游客70万余人次,发展成效凸显。

理财警示

谨防“征信修复” 对征信构成二次损害



■李英锋

“个人征信报告修复价格,一条1000元至2000元。如果修复不成功,可以退款。”当你因征信记录上有逾期信息而发愁时,恰好有人打出这样的广告宣传,你会相信吗?在大数据时代,一部分机构或个人在商业利益驱使下,利用银行与征信报告主体的信息差,混淆征信异议、信用修复概念,以“征信洗白”“征信修复”为噱头,形成一条集征信修复培训、加盟代理、个人信息售卖于一体的灰色产业链。

这几年,有关“征信修复”的市场非常火爆,信息主体的修复需求旺盛,而对应的修复供给端也是主体林立,能者辈出,在营销环节展现出足够强的“收钱办事”能力,提供了很多令人心动的修复路径和选择。

只不过,所谓的“征信修复”并不是一种正规的征信权利救济路径,并不被法律、法规和相关监管部门认可。尽管《征信业

管理条例》第二十五条赋予了信息主体针对错误、遗漏征信信息的异议权,但这种异议只是纠错程序,对本不该记载的错误信息或漏记信息进行修正,而非对信用污点的事后修复。况且,异议能否成功,关键还要看事实与证据,只有经征信机构核查,确认相关信息确有错误、遗漏的,才予以更正。征信机构应当采取合理措施,保障其提供信息的准确性。征信机构不能随意更改、删除征信报告上的准确信息,不能办理“征信修复”业务,更不能开“征信修复”的后门,不能有偿提供或明或暗的“征信修复”服务。

作为一门生意的“征信修复”很容易对征信构成二次损害,对此,社会各界需严加警惕和防范。公民、企业等信息主体应该增强法律意识、诚信意识,不要相信相关征信修复机构的忽悠,不要走征信修复的旁门左道,而是认准选对征信异议的合法路径。

本版提示:投资有风险,入市需谨慎!

理财话题

网约车“拉活”发生交通事故 保险公司赔吗

■周倩

李先生是一名网约车司机,驾驶自家车在网约车平台进行接单服务。一天,李先生驾车“拉活”时与一辆小轿车发生了剐蹭,双方车辆都有损伤。事故经交警处理后,认定李先生负全部责任。李先生认为自己的车辆在保险公司已投保,所以保险公司应该承担赔偿责任。但保险公司却认为,该交通事故发生在李先生“拉活”期间,不属于商业车险赔偿范围。

近日,北京市海淀区人民法院依法审理了这起赔偿案件。

据介绍,事故发生时,张女士驾驶机动车正常行驶在道路上,适逢李先生驾驶的小轿车对向行驶。因避让不及时,两车接触发生

事故均受损,交警判定李先生负全责。因就赔偿一事未能协商一致,张女士查到李先生驾驶的车辆在保险公司投保,故将李先生及李先生车辆的保险公司诉至法院,要求李先生赔偿修车费24925元,保险公司承担连带赔偿责任。

庭审中,李先生对事故事实和交警的责任认定没有意见,同时,他认为自己驾驶的车辆在保险公司投保了,所以保险公司应该承担赔偿责任。

保险公司则认为,公司对事故事实责任认定及车辆保险情况无异议,但李先生驾驶的车辆在事故发生时,是在“拉活”,属于改变车辆使用性质而未通知公司,故不同意赔偿。

法院经审理后认为,李先生

提供的保险单在“重要提示”显示:被保险机动车因改装、加装、改变使用性质等导致危险程度增加以及转卖、转让、赠送他人的,应通知保险人。机动车综合商业保险条款中“责任免除”部分记载,下列原因导致的人身伤亡、财产损失和费用,保险人不负赔偿责任:被保险机动车被转让、改装、加装或改变使用性质等,被保险人、受让人未及时通知保险人,且因转让、改装、加装或改变使用性质等导致被保险机动车危险程度显著增加。

经查,李先生所驾车辆本为非营运性质,但其擅自将车辆在某出行平台进行了注册并营运,事故发生当日亦有订单记录,显示为21单。李先生在张女士起

诉前曾向保险公司提交自愿放弃索赔、注销案件申请书。

法院判决保险公司在交强险的范围内对张女士的修车费承担赔偿责任,在商业险的范围内不承担赔偿责任,剩余赔偿责任由李先生自行承担。该案上诉后,二审维持原判。

保险法第五十二条规定:在合同有效期内,保险标的的危险程度显著增加的,被保险人应当按照合同约定及时通知保险人,保险人可以按照合同约定增加保险费或者解除合同。被保险人未履行前款规定的通知义务的,因保险标的的危险程度显著增加而发生的保险事故,保险人不承担赔偿保险金的责任。私家车本为非营运用途,车主将私家车注册为营运

车辆,无论是拉客或是载物,均在一定程度上增加了事故发生的概率,应当及时告知保险人。

本案中,结合双方提交的证据,李先生在事故发生当天存在诸多营运记录,且保险公司《机动车综合商业保险条款》中明确记载车辆改变性质及使用用途而未告知保险人的不予赔偿。故对于保险公司就商业险部分的免责抗辩,法院予以采信。

在此提醒各位车主,在与保险公司订立保险合同时,应当仔细阅读保险条款,注意保险公司的免责事由。在车辆情况发生改变,包括但不限于改装、注册营运等项目时,应及时通知保险公司,以便在发生事故时能够顺利获得理赔。