

茅台+咖啡，“土特产”也可以来一杯

□□ 欧阳靖雯



茅台酒咖啡乍听起来离农产品有些距离，但仔细想想，饮品与农产品的关系并不远。初级农产品是食品饮料等快消品的原料，经过农副产品加工后，变成直接面向消费者的商品。此外，这种创新型跨界营销方式也是产品营销领域的通用方法，可供农业品牌学习借鉴。

茅台味的咖啡，你喝了吗？近期，贵州茅台和瑞幸咖啡联名出品的“酱香拿铁”成为爆款产品。这对意想不到的组合上线当天销售额便破亿元，刷新了咖啡品牌方的单品销售纪录。虽然好喝与否众说纷纭，但网络话题量和销售的火爆程度确实是一骑绝尘，跨界营销的合作双方都赚足了眼球。这种看似不搭界的联名营销，亦能给苦于探索如何“出圈”的“土特产”带来新灵感。

客观来看，我国农产品营销和品牌建设还处于初级阶段，面临不少痛点难点。从消费端看，对农产品的关注重点已经由“有没有”“够不够”向“好不好”“优不优”转变，多样化、个性化、品质化的消费需求让农产品营销面临新挑战。而从供给端看，虽然我国农产品品类繁多、供给充足，但品质不稳定、外观口感差异大，整体标准化程度有待提升。当前农业品牌发展“小散弱”现状依旧存在，市场竞争日益激烈，许多已经在区域内小有名气的“土特产”，要想破圈突围，实现优质优价，并非易事。

茅台味咖啡乍听起来离农产品有些距离，但仔细想想，饮品与农产品的关系并不远。初级农产品是食品饮料等快消品的原料，经过农副产品加工后，变成直接面向消费者的商品。此外，这种创新型跨界营销方式也是产品营销领域的通用方法，可供农业品牌学习借鉴。

事实上，小众“土特产”借跨界营销走红

近期，浙江省消费者权益保护委员会在在线家政平台服务情况调查中发现，很多消费者在使用家电维修、家电清洗等服务时，遇到过“小病大修”、乱收费等情况，还有部分平台的售后服务存在问题，让不少消费者“踩了坑”。目前，浙江省消费者权益保护委员会已就发现问题集中约谈相关企业。

近几年，在线家政平台不断拓展市场，催生不少家政服务品牌。然而，乱收费、服务质量不过关等乱象，不仅降低了人们的消费体验，也给相关企业带去不利影响。长远来看，在线家政招牌要想“叫得响”，还应守好行业规矩，提高自身服务规范性，用品质赢得消费者支持。有关部门应做好监督工作，对相关企业的服务情况加强了解，在发现“小病大修”、虚报故障收费、售后服务缺位等问题时，及时要求企业整改，堵住管理漏洞，确保消费者权益得到保障。

这正是：“小病大修”乱收费，招来差评砸招牌。在线家政“守家规”，监督管理需到位。

文@双生

《“小病大修”》

地理标志产品更须保口碑

□□ 刘纯银

“千里乌江雄奇清秀，百年榨菜嫩脆鲜香”。近年来，重庆涪陵榨菜带着中国国家地理标志产品的招牌走出国门，声名远扬。但与此同时，假冒产品也层出不穷，损害了涪陵榨菜的产品形象。这引发笔者思考，应进一步做好地理标志产品保护工作，使其得到更好发展。

地理标志产品产自特定地域，所具有的品质、声誉或其他特性本质上取决于该产地的自然因素和人文因素，经审核批准

以地理名称进行命名。除了涪陵榨菜之外，西湖龙井、和田大枣、霍山石斛等，都是近年来涌现出来的知名地理标志产品。各地之所以在培育地理标志产品上下了很多功夫，是因为其能给地方带来较大的经济效益和社会效益。一方面，被认定为地理标志产品的地方特产，意味着有了“官方背书”，更容易获得消费者信任，吸引更多人消费，进而促进商户和农户增收。另一方面，也有利于推动地方农特产

品的种植和加工走向规模化、品牌化，带动地方产业提质升级。然而，在地理标志产品利好不断显现的同时，仍有一些问题存在，比如部分产品的宣传不足，有消费者对此认知度不高，还有前文提及的假冒伪劣问题等，亟需加强重视和推动解决。

创口碑难，保口碑更难。地理标志产品中申报成功后，各地更应加大力度，用好用、保护好这张“金名片”。有关地方部门应做到对本地农产品资源心中有数，把那些

同地域、不同人群口味有很大差异。因此，一盘菜好不好吃，关键在于是不是能够“看人下菜”。搭乘信息技术蓬勃发展的快车，不少地方已经推动信息技术深入“耕、种、管、收、加”等各个环节，因地制宜发展智慧农业，改变传统农业生产经营方式，加快推进农业现代化。一些地区建成了“乡村大脑”，实现了业务全闭环、主体全上线、地图全覆盖、数据全贯通、服务全集成；有的地方围绕优势特色产业打造信息管理平台，实现了一定区域范围内或者某个单一品种的数据集成和交换，服务不同应用场景；有的地方建设的系统主要用于日常视频监控、温湿度监测、虫情监测等。这些平台系统虽然功能上有差异，但都与当地实际和经营主体需求相匹配。然而，也有地方花费百万乃至上千万元资金定制系统，模块高大上、功能全覆盖，看上去无所不包、无所不能，但华而不实，既不好用也不是谁都用得起。因此，发展智慧农业必须要坚持因地制宜，坚持以生产经营主体需求为导向开发系统、建设应用场景。同时要制定智慧农业成本效益测算、应用效果评价标准，引导开展科学评价，让“厨艺”好不好最终由顾客说了算。

具有特定质量、特定品种的农产品和原材料资源盘活，充分利用新媒体平台等传播途径，更好进行宣传推介。此外，还要支持引导企业在品种保护、标准化生产、产业链延伸、品牌打造等方面多点发力，以提升地理标志产品的品质和附加值。有条件的地方，可以将地理标志产品纳入区域公用品牌体系，通过加强产品溯源体系建设和依法打击假冒伪劣产品，护航地理标志产品健康发展、发挥优势。

要加强人才培养，有条件的地区可以配备数字化技术员。要进一步督促数字化服务提供者钻研好“厨艺”，每年遴选发布一批主推技术，为好“厨子”搭建展示好“厨艺”的舞台。

第三，配好基础设施“炊具”。有了好的原材料和厨艺，如果离开了锅、碗、瓢、盆等炊具，再好的厨子也是一身武艺难以施展。当前，我国智慧农业发展的现状是“工欲善其事，其器尚不利”。现在农村网络、电力等基础设施还存在短板，数据显示，截至2022年12月，农村地区互联网普及率比城镇地区低21.2个百分点。即使在互联网已普及的农村，也存在网络稳定性差、网速慢、供电不足等情况。此外，一些地方农业机械化水平不高，设施化水平偏低，国产的农业专用传感器不好用、不耐用，这些都制约了智慧农业发展。因此，要将智慧农业建设所需投入纳入财政预算，设立专项建设资金进行支持。积极引导金融和社会资本参与，探索形成多元投入机制。扩大农机购置补贴范围，将数字化亟需的智能设备纳入购置目录。加大农业科研投入，强化核心技术研发，突破一批“卡脖子”技术。



本期关键词

年轻干部成驻村资料员

近年来，广大年轻干部扎进农村工作，成为乡村振兴的“领头雁”。然而，最近有地方工作组督查发现，一些年轻干部驻村之后更多从事做报表、写报告等工作，有人甚至成了村里的资料员。有人认为，资料员的工作能发挥年轻干部熟练操作电子设备的优势，给村集体发展带来帮助；也有人认为，年轻干部前往基层一线，本是为了锻炼实干本领，如今先坐在办公室码字、整理资料，不利于他们增强干事能力。对此，你怎么看？

案头工作也需调研实践

□□ 肖振华

做报表、写报告等案头工作，看似是“纸上谈兵”，但其实也离不开“实战演练”，要做好做优并不容易，需要我们摆正认识。

就拿写报告来说，要完成一份有关乡村治理的报告，要求驻村干部对相关工作有全局了解，细分下来包括村庄环境整治、移风易俗等诸多方面。要梳理

好这份报告，显然不能停留在“纸面”上，还要到村里勤调研，和农民多交心，把实际情况反映出来。也就是说，当好资料员，既需要数据分析、归纳整理等“笔上功夫”，也少不了调查研究、解决问题的实践能力。要帮助驻村年轻干部平衡好案头工作和实践工作，既能“在资料中学习”，也能“在实践中充电”。

“只让驻村年轻干部当资料员”应当避免

□□ 王杰

诚然，驻村干部所做的资料类工作，并不全是无用功，比如向政府部门争取政策和资源支持的这类工作报告，就有必要做。但也要看到，农村许多工作与考核挂钩，其中不乏写台账、做记录等程序性安排，有的驻村干部深陷“表”中，不容易抽身做其他事情。因此，从根子上来说，要想让驻村年轻干部得到多方面锻炼，还需持续为基层减负，让驻村干部能“轻装上阵”。

政府部门在安排工作任务时，应充分深入农村了解情况，科学合理地提出工作要求，避免重留痕而轻实效，让农村干部腾出更多时间精力抓好落实、办好实事，而不是陷入“表山会海”。此外，还应健全完善干部驻村期间的科学考评机制，避免“只让驻村年轻干部当资料员”等不当做法，切实为年轻干部松绑减负，为他们提供更多干事创业的舞台，让他们有更多机会锤炼干事创业本领。

“量身定制”安排工作，效果更好

□□ 陶剑刚

在驻村年轻干部里，有的有一定工作经验，也有的是刚毕业的大学生，他们擅长电脑操作，能弥补年老干部的数字化短板，帮助村务治理更高效便捷。类似做资料员的工作安排，对初来乍到的驻村年轻干部来说，是一种很好的学习，可以快速全面了解村容村貌、村里工作。但往长远看，如果一直让驻村干部做这些，恐怕他们很难持续成长。

年轻干部驻村锻炼是不可多得的宝贵机会。“真听、真看、真感受”的驻村工作，可以弥补部分人缺乏农村生

活经历的短板，帮助驻村年轻干部尽快掌握做好基层农村工作的方法窍门。可以根据个人的兴趣和长处，为年轻驻村干部“量身定制”成长计划。比如有的驻村年轻干部有植保相关专业学习经历，可以在农业生产上为他们安排岗位；有的驻村年轻干部在管理上有长处，可以让他们多协助村干部参与村务治理。有针对性地安排驻村工作，更有利于达成驻村年轻干部与农村工作岗位的“双向奔赴”，让年轻干部实现持续成长。

征稿启事

近日，有关“预制菜进校园”的话题登上热搜。很多网友表示，预制菜多是高油、高盐，给正在长身体的中小學生吃不放心；也有人觉得，如果预制菜没有食品安全问题，符合相关营养标准，吃吃也无妨。对此，你怎么看？欢迎各位读者围绕上述话题，踊跃投稿。稿件请发送至邮箱nmrbpin-glun@163.com，邮件标题注明“大家谈投稿”。来稿500字以内为宜，论述不求面面俱到，观点鲜明、具有新意、语言简洁即可。截稿日期：9月16日。

别让挂牌成摆设

□□ 罗淇尹

近期，笔者下基层调研时，听闻有村干部反映，有单位在接到基层党组织阵地建设任务之后，还没了解情况便来到村里加挂牌子。个别牌子挂完之后也没发挥实际作用，最后沦为摆设。这一现象引发笔者思考。

建设基层党组织阵地，本是为了打造学习阵地、组织阵地、文化阵地，便于发挥党组织的领导作用。然而个别单位挂牌之后，仅仅拍照留痕便向上级交差了事，最后具体工作一项都没落实，如此“一挂了之”，让前来办事的农民看着迷糊，长久来看也容易损害党组织的公信力，亟须纠偏和整改。

基层党组织阵地建设关系着很多方面，挂牌子只是其中一步，除此之外，还包含选址修建、资金投入、人员下派、维护管理等多项工作。对具体执行任务的单位而言，既要做好需求调研、场地布置等前期工作，充分考虑加挂牌子的必要性、可操作性，还要落实好后续管理工作，让所挂牌子真正发挥作用，确保后续工作切实开展。

在村里加挂一块牌子，就意味着要承担相应责任，务必要为每一块牌子把好关。为此，还需做好监管工作，常态

化摸排调查基层挂牌情况，结合各村实际分类施策。对确有必要，但未发挥实际作用的牌子，尽快督促相关单位推动工作展开；对职能雷同的牌子合并处理，对沦为摆设的牌子则及时撤除，并与相关单位做好沟通反馈工作。对个别乱挂牌现象严重的地区，建议开展全过程监督，推动明查与暗访相结合，压实相关单位的主体责任，让每一块牌子都能被挂好、管好。



更多三农评论，敬请关注农民日报社评论部微信公众号：重农评。



党的二十大报告提出，“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合”。伴随人工智能、5G、大数据等为代表的信息技术日趋成熟，数字化转型已成为经济社会各领域发展的大势所趋。2023年中央一号文件明确要求，“深入实施数字乡村发展行动，推动数字化应用场景研发推广。加快农业农村大数据应用，推进智慧农业发展。农业是国民经济的基礎，是我国实现农业农村现代化，加快建设农业强国的必由之路。当前做好智慧农业“这盘菜”，要在以下三方面下功夫。

首先，选好数据“原料”。烹饪原料的优劣，直接决定了菜品好吃与否。智慧农业的核心就是把数据作为新的农业生产要素，没有数据这个原材料，再好的厨师也只能“望锅兴叹”。一方面，我国幅员辽