

网格+网络 线上+线下

马塘镇用活大数据“网”解百姓忧



本报讯（全媒体记者 曹雯雯 曹磊 王阳明 特约记者 周瑞平）“我是一名农民工，有件事情你们能不能帮忙？”前不久的一天上午，马塘镇镇域治理现代化指挥中心（网格化服务管理中心）服务热线12345骤然响起，求助的是一名浙江籍农民工彭棚飞。他和十余名工友来马塘一家企业打工，不料企业经营不善，拖欠工资半年之久，人均3万元左右。

了解到这些农民工的窘境，工作人员的心一下子就揪紧了。解决欠薪问题，涉及农民工的切身利益，更关乎

社会公平正义、和谐稳定。挂掉电话，他们立即与企业所在的马东村工业园区专属网格员联系，除了开展调查走访，还组织农民工代表到镇调解中心当面梳理欠薪事实。

很快，情况就被摸得一清二楚。受疫情影响，原材料价格上涨等因素影响，2020年以来该公司累计欠薪达49万余元，涉及职工近20名。镇域治理现代化指挥中心（网格化服务管理中心）随即联系企业负责人核实情况，该负责人认可欠薪事实及金额，并对兑现行为作出承诺，但表示短时间内难以凑

齐这么多钱，希望职工方对兑现时间给予宽限。由于时值年末，彭棚飞和工友们都急着返乡，不愿再等。

为尽快解决矛盾纠纷，镇域治理现代化指挥中心（网格化服务管理中心）发挥网格员日常走访掌握情况的优势，同时联合镇调解中心、经发和人社部门，安排专人分别找企业方和职工方协商调解，最终敲定镇上帮助企业出清厂房，十天内兑现全部工资欠款。12月7日上午，工作人员打电话回访，电话那头，彭棚飞和工友一个劲儿地道谢，拿到全额工资的他们早已回到老家，开始准备过年物资。

这种“线上接单、线下督办、网格联动”的情景几乎每天都在马塘镇上演。为拓展为民服务渠道，该镇在建设“有先进管理手段、有优良专职人员、有下沉服务载体、有健全责任制

度、有完备保障措施”的镇域治理现代化指挥中心（网格化服务管理中心）的基础上，通过深化“网格+”模式，实现社会治理资源整合、力量融合、功能聚合、手段综合，并按照“一张网、五统一”要求，将司法、民政、信访等多项基层社会治理工作嵌入网格，依托大数据平台，形成“网格+网络”“线上+线下”的联动联控治理体系，实现了乡村法治工作“科技化、信息化、智能化”。

走进马塘镇镇域治理现代化指挥中心（网格化服务管理中心），LED显示屏上，104个网格的动态监控信息一目了然，网格员只需通过手机上的APP移动终端，就可以看到群众的各种诉求，并将社会各类舆情信息集中到中心平台上，实现发现问题或隐患的快速发现、快速处置。今年以来，该中心共受理求助1300多条，办结率达100%。



近日，记者在位于河口镇太阳庙村的南通亮静纺织有限公司看到，工人正在赶制一批订单。该公司是一家纺织企业，经营项目为产业用纺织制成品制造，面料纺织加工，产业用纺织制成品销售。今年，企业加大投资力度，新增织机，扩大产能，应税销售预计可达4000万元。

全媒体记者 袁嘉翊 姜宁惠 宫向群 摄

直播带货引领“新潮”

我县电商发展仍需“加足马力”

本报讯（全媒体记者 陈慧 李晨逸 陈华）近年来，直播带货的热度居高不下，我县不少企业和品牌相继“试水”，促进自身商品销售的同时，也带动了周边区域经济的发展。

“DONGQILAI”是新店镇一家主营韵律踏板、单杠、平衡板等青少年居家运动用品的电商品牌。今年2月份，“DONGQILAI”开始涉足抖音直播，目前共有1000多位网络达人成为品牌直播和短视频带货。据统计，直播间观看人数最多达3万人次，单场最高成交额约4万元。今年1至11月份，“DONGQILAI”品牌运动用品销售500多万元，其中直播带货形式的约占40%，成功跻身抖音平台运动健身品类前三名。“DONGQILAI”短视频策划负责人李高告诉记者：“现在我们主要精力都放在抖音上，因为现在抖音平台的活跃度是最高的，能在抖音平台做得好的话，之后分发平铺到其他平台也不是没有什么问题。”“DONGQILAI”设有9

个直播间招揽如东本地的直播人才和团队，品牌团队希望通过主播孵化、直播间运营等手段进一步推动产品销售，带动新店镇运动健身产业发展。

据了解，我县目前在直播领域的尝试相对薄弱，缺乏本地优质服务平台和特色品牌。“在直播这块，我们一直在寻找发现能够塑造‘如东网红’的一些案例和榜样。”县电子商务协会会长缪祝宏介绍，我县电子商务协会将积极推动全国农村电子商务示范县

的创建工作，尝试探索5G直播应用场景，提升农产品品牌，打造“百村百品”，通过使用信息化工具对新农人互联网营销技能培训，建设“新农人队伍”。此外，县电子商务协会还将配合江苏省互联网协会打造“苏货直播平台”的契机，打造“直播品牌提升工程”，以如东本地地理标志产品为基础打造“一村一品”，推动以区块链溯源技术为支撑的优品库建设，推进以本地乡村文化、乡村故事为品牌的优品打造。

而律师事务所里的张彬此刻可没闲着，他正忙着关注新闻、对比数据，研究最新的农村营销诈骗案例，因为农闲时节往往是农村营销诈骗的高发期。长期工作、生活在农村的张彬发现，前几年农村老年人上当受骗的很多，那些营销的骗子以家用电器、电疗仪、饮水机等产品搞活动为由，大力宣传，发小礼品诱骗老人上当，然后将几十元的东西以几百元销售，几百元的以几千元卖给老人们。有些老人省吃俭用存下来的钱就轻易被这些骗子骗走。由于很多留守农村的都是老人、妇女、儿童，辨别能力较差，平时各类宣传关注得也少，才让骗子有了可趁之机。

张彬：关注农村营销诈骗，让老年人不再上当

全媒体记者 陆和煦 王洪 徐建彬

代表委员风采

人大代表张彬是一位律师，在连续两届担任人大代表的这些年里，他将代表责任融入律师职业中，认真践行“人民选我当代表，我当代表为人民”的庄严承诺，利用职业优势，持续关注农村营销诈骗、推动相关部门进一步加大宣传和监管力度，有效避免了更多的农村老年人掉入消费陷阱。

眼下正是冬日农闲时节，而律师事务所里的张彬此刻可没闲着，他正忙着关注新闻、对比数据，研究最新的农村营销

被骗农户，了解他们被骗的经过以及骗子的诈骗模式。经过多次调查，在我县农村出现过的营销诈骗方式，张彬基本都了解了骗子的话术和手段。通过对这些案例的调查和整理，张彬及时提出了《关于加大宣传和治理力度 防止老年人上当受骗的建议》，建议相关部门严查，同时做好普法宣传，不让老百姓再次上当受骗。

建议提出后，我县市场监管部门也及时给予答复并认真办理。针对农村市场净水器、保健品等商品虚假营销蔓延势头，相关部门多措并举大力整治农村消费市场，从曝光典型案例、强化宣传引导、行业自律、综合治理、消费维权等方面，严厉打击农村流动式展销中虚假宣传、欺诈骗消费者等违法行为。

人大代表张彬提出的建议，与近几年国家大力开展反诈工作、引导全社会提高防范意识的大方针不谋而合。他的建议也被评为了县人大当年的重点建议、优秀建议。据张彬调查，这两年他工作地附近的岔河镇金桥村和南桥村，营销诈骗案件发生数量明显减少。

保持昂扬奋斗姿态 贡献积极财政力量

（上接第一版）财政部门将主动作为、下沉一线，搭建专班深入全县各镇区进行走访调研，实时掌握各镇区、街道的收入进展情况及重大企业运行状况，不断压实各方工作主体责任，形成“你追我赶”的良性竞争态势。

立足“争先”，以更加紧密的姿态跑赢专项债申报的“政策之争”。地方政府专项债申报作为国家拉动政府投资的一项特殊政策，对促进区域经济发展、支持项目建设、缓解财政支出压力起着异常重要的作用，向来是各地政府积极作为的“必争之地”。财政系统将上下一心、充分放大激昂“狼性”精神的宝贵成果。“广撒网”。紧抓时间节点，做好项目前期准备及政策解读工作，不断加强入库项目的动态管理，积极推动符合条件的储备项目转化为专项债项目，赢在起跑线上。“钉钉子”。在项目审批过程中主动出击、两手准备。在不断健全项目审批手续，加快项目审批进度的同时，主动向上争取，及时征求省财政、省发改委等部门的意见，提高债券申报材料质量。“堵后门”。建立健全专项债项目管理常态化机制，确保项目真实、额度合理、使用合规，避免债券资金下达后长期滞留账面或违规使用，发挥专项债资金的最大使用效益。（全媒体记者 陆昊 钱海军）

艾灸馆“挂羊头卖狗肉” “李鬼”同仁堂鹿血现形

本报讯（全媒体记者 袁嘉翊 通讯员 周灵蔚）近日，如东市场监管局马塘分局的执法人员现场上演了一场“李鬼”同仁堂鹿血现形记，及时戳破谎言，帮老人们避免了经济损失。

据了解，该艾灸馆抓住老百姓所熟知的中华老字号“南京同仁堂”为卖点，在产品包装上突出“南京同仁堂”字样，让不少老人花600多元买下了“南京同仁堂”的鹿血，很多老人以为捡了大便宜，却不知此“南京同仁堂”非彼“南京同仁堂”。

据马塘分局执法人员介绍，今年6月底，20多位老人听说镇上有一家艾灸馆可以免费坐艾灸椅、供应茶水后，每天都来馆里排队拿号。店员带着老人们做操、看养生视频。这看似贴心的服务背后，一张充满陷阱的巨网，正在慢慢靠近。11月下旬，老人们发现电视里播放的不再是养生堂的养生视频，而是一位自称来自“南京同仁堂”的“陈教授”的“讲课”。“陈教授”向老人们推荐了“南京同仁堂鹿血”，声称“鹿血为鹿科动物梅花鹿和马鹿的血

液，系名贵中药，长期服用可以防癌抗癌，补气血，抗衰老。”

就这样，老人们在“陈教授”每天变换着花样的宣传下，渐渐迷失了心智。店员见此情景，趁热打铁，宣布开始预售。短短的四天时间，售价每盒660元的鹿血卖出去几百盒，老人们少则购买3至6盒，多则购买20至30盒。

就在“南京同仁堂鹿血”销售火爆之时，如东县市场监管局马塘分局接连接到群众投诉，称他们的父母、亲人最近在该艾灸馆购买了宣称能包治百病的鹿血，怀疑老人们受到欺骗。马塘分局执法人员赶往现场，正好遇上店员在卖力推销产品，经验丰富的执法人员从产品包装上就一眼看出了猫腻：所谓的“南京同仁堂鹿血”实则为南京同仁堂黄山精制药业有限公司生产的一款普通食品，不具备任何药品功效，艾灸馆宣传它能防癌抗癌、补气血、抗衰老，显然已经涉嫌虚假宣传。经进一步调查，南京同仁堂黄山精制药业有限公司与真正的中华老字号南京同仁堂药业有限责任公司为不相关

的两家企业，所生产的产品也完全不同，艾灸馆宣传的所谓“南京同仁堂”，其实是“挂羊头卖狗肉”。

经过执法人员苦口婆心地宣传和讲解，老人们从原先的不理解、不配合，逐渐开始配合调查，纷纷拿出了预购单据，在执法人员的监督下，艾灸馆当场对18名消费者购买的150盒“南京同仁堂鹿血”做了退货处理，共计9.9万元。下一阶段，马塘分局将进一步扩大调查范围，全力排查辖区内所有上当受骗的消费者，守护中老年消费者的合法权益，并依法对违法分子做出严惩。

近年来，“会销”模式已经成为不法商贩敛财、生财最为快捷的途径之一，外来会销人员成为“会销”活动的

主流人群，针对老年人开展的“会销”骗局也层出不穷。马塘分局执法人员分析，此次“南京同仁堂鹿血”骗局中，艾灸馆的目标人群就是老年人，他们主打“感情牌”，以热情周到的服务，抓住老年人追求健康、辨别能力差、缺少陪伴、容易孤独的心理，从免费坐艾灸椅、播放真实养生节目入手，逐渐取得老年人的信任，待时机成熟再钓大鱼。

如东县市场监管局执法人员提醒广大群众：“会销”套路层出不穷，千万不要因为小恩小惠而上当，要牢记食品不是药品，对疾病不具有治疗功效。如发现“会销”违法线索，可拨打12315热线向市场监管部门反映。

