

# “网红”为鹰城代言 激发消费新活力

话题背景

由市委宣传部、市委网信办、市商务局、市扶贫办等联合主办的“我为鹰城代言”百名“网红”直播带货活动启动，邀请“网红”主播、驻村第一书记、知名企业家等“面对面”推介产品，力争打造本地直播带货平台和品牌，助推平顶山好产品“走出去”，让更多消费群体“走进来”，为决胜全面建成小康社会、决战脱贫攻坚作出应有贡献。

## 产品质量监管不能缺位

刘选启(湛河区人大常委会)  
近日,我市开展“助力脱贫攻坚 我为鹰城代言”百名“网红”直播带货活动,明星、“网红”以及基层干部走进直播间,推介特色产品,助力消费扶贫,为决战脱贫攻坚作出贡献。虽然活动刚刚启动,但是已经呈现出勃勃生机和无限前景。

直播带货是新生事物,难免会出现问题,如货不对版、量少质差、售后维权难等,理应引起大家的重视。如何在实现良好开局后将直播带货活动办得更好?产品质量最关键,监督管理不能缺位,要对商品质量、销售环节进行必要的监督管理,防止以次充好、推诿扯皮现象发生,真正让带货者心中有底、消费者买得放心、生产者获得效益,实现多赢。

## 组织有序 “网红”给力 产品质优

崔应红(鲁山县董周乡)  
疫情防控期间,催生直播带货这一新型线上消费模式。直播架起了网络和现实的桥梁,让消费者更加便捷地了解各地优质产品,搭建了交易平台。在直播中,消费者是否购买完全取决于自己的意愿,没有了购物时售货员推销的压迫感,让人更易接受。

我市开展“助力脱贫攻坚 我为鹰城代言”百名“网红”直播带货活动,只要组织有序、“网红”给力、产品质优,就能成功为鹰城优质产品搭建高效销售平台,让老百姓得到实惠。

组织有序。此次活动由市委宣传部、市委网信办、市商务局、市扶贫办等部门联合主办,各县(市、区)设立分直播间,不仅市委宣传官方快手号、抖音号“平顶山发布”积极参与,而且国际在线、映象网、市属融媒体中心等同步直播。可以说,这次活动参与单位多,计划切实可行,保障了活动的持续性,一定能够良性推进。

“网红”给力。这次活动,直播带货的有当下带货主力——“网红”,有本市籍影视演员毛孩和菁菁,还有人大代表、驻村第一书记、企业家等,可谓人才济济、阵容强大,一定能助力我市产品真正“走出去”。

产品质优。郟县铁锅享誉中外,鲁



7月10日直播现场

本报记者 李英平 摄

山酥梨深受喜爱,宝丰酒是我国清香型白酒的典型代表,叶盐牙膏是后起之秀,还有汝河湾富硒杂粮、郟县中原红饮料、舞钢山野菜等鹰城特色产品,质量过硬、口碑良好,一定能让消费者满意。

## 直播带货应遵循市场规则

邱利刚(湛河区马庄街道)  
目前,直播带货成为一种新的营销模式,能为特色产品找到新出路,促进消费市场回暖。值得注意的是,直播带货本质是销售商品,只有产品质量过硬,才能使路子越走越宽。同时,应遵循市场规则,远离权力、刷单、买粉等干预,相关部门要积极搭建平台,拓展销售渠道,在做优产品、做好售后上下功夫,把工作思路和主要精力放在完善本地销售链条、提升本土产品竞争力上。

## 打响品牌才能吸引更多消费者

宋欣杰(商丘市夏邑县)  
百名“网红”为鹰城产品直播带货,以他们的人气带动地方特产的销售,这种做法值得推广。若想直播带货取得预期效果,必须注意以下几点:

一是保证产品质量。要让鹰城产品从直播间走进广大消费者生活,保证产品质量是根本,这也是企业发展之本。只有质量过硬,经得起市场的考验,才能受到消费者的欢迎。

二是做好直播策划。直播前要与推介者做好沟通与策划,确保万无一失。

三是树立品牌意识。“网红”直播带货短时期内的效果明显,但想长远发展,必须要树立品牌意识,把地方特色产品做大做强,长久立足于市场。这样,即使以后没有“网红”直播带货,也能依靠品牌效应在市场上叫得响、行得通。

## 在产品包装规范化上发力

李育蒙(广州市越秀区)  
平顶山市百名“网红”直播带货首场活动顺利举行,取得了不错的效果。除了产品本身具有的知名度外,这也得益于规范化的运作,市直部门牵头,本地品牌企业、知名商家积极参与。我认为,直播带货要想取得长期成效,需要继续在规范化上发力。

直播带货只是把产品卖了出去,到达消费者手中之前,不得不说,产品包装在这一环节有着决定作用。不规范包装带来的运输消耗和产品消耗,最终都嫁接到生产者和消费者身上,也会影响产品销售。相关部门要在严格监管产品质量的基础上,规范产品包装标准,监督生产企业做好售后服务。

## 呵护新生事物 使其茁壮成长

鹿振江(平煤股份二矿)  
在日益激烈的市场竞争中,产品销售除了靠质量和服务取信于顾客外,还

要有适合的营销方式。直播带货就是一种新颖而实用的销售模式。买家只需动动手机,便可直接下单,所需物品通过物流送到家门口。

百名“网红”为鹰城直播带货好处多多,能拉近与消费者的距离,让产品卖得更好,为决战脱贫攻坚助力一臂之力。实际操作案例也告诉我们,直播带货成效喜人,但人才培养、仓库建筑、包装储存、监管托运、产品质量等问题亟待解决。对于这种新生事物,我们要百般呵护,使其茁壮成长,真正成为鹰城人致富的新工具。

## 农民得实惠 企业见效益

张军停(郟县)  
近年来,我市农业特色优势产业快速发展,一批优质农产品在鹰城大地成泉涌之势。作为农产品价值兑现的关键环节,销售的重要性不言而喻。深入分析和敏锐把握市场机遇,开阔思路,创新方法,做好产销对接,才能把农产品卖出好价钱,让农民得实惠、企业见效益。

直播带货作为一种新型线上商业模式,在关注度、参与人数以及带货能力方面,都在不停地创造新的纪录。我市组织“网红”主播、流量大V、人大代表、政协委员、驻村第一书记、知名企业家等直播带货,能够提升消费者对企业的信任,自然能达到扩大销量的效果。

## 各方履职责 把好事办好

于炳坤(天津市河东区)  
“网红”直播带货无疑是一种方便快捷且影响力极大的促销方式,尤其在疫情防控期间,更显得省时省力、恰到好处。然而,这种方式也很容易被一些人有意无意间搞变了味。比如个别地区、个别部门、个别人的“萝卜快了不洗泥”,比如蒙混过关、夸大其词,比如以次充好、暗箱操作甚至钱权交易等,从而令消费者蒙受损失,令相关部门失信,造成不必要的负面影响,最终让好事变成坏事,这显然不是人们希望看到的。

如何避免这些现象的发生?货品提供者、直播当事人、相关管理监管部门等各方要严格自律,认真把关,既要为货品质量负责,也要为信誉形象负责,更要为消费者利益负责。因此,所有参与者,无论是部门还是个人,都要确保产品名副其实,所承诺的服务必须做到。



## 直播带货热 需要冷思考

7月10日,我市“助力脱贫攻坚 我为鹰城代言”百名“网红”首场直播带货活动举行,平顶山籍影视演员菁菁、魔术师丁德龙、宝丰县赵庄镇大黄庄村驻村第一书记李琦雯、鲁山县下汤镇尹和庄村驻村第一书记吴家宝等通过现场代言的方式推广本地特色产品,助力消费扶贫。华邦铁锅、汝河湾富硒杂粮、郟县中原红饮料、宝丰酒、叶盐牙膏、鲁山酥梨、舞钢山野菜等10余种具有鹰城特色的产品亮相直播间。今后,活动将持续进行,力争让更多鹰城好产品“走出去”。

疫情发生以来,宅经济迅速发展,直播带货风头强劲,开启了手指点一点、全民买买买的产品销售模式,成为经济增长新引擎。我市开展此次活动,也正是看中了直播带货带来的强大购买力,邀请“网红”、流量大V、基层干部、企业家来“站台”,增强吸引力,进一步提升销量。

消费是民生改善的重要内容。顺应时势搭上直播快车,无论本地还是外

地消费者,都能近距离“验货”,还能享受独家折扣、秒杀、红包等福利,这无疑是一件造福消费者、生产者、鹰城经济发展的多赢之举,也展现了我市在脱贫攻坚冲刺关键阶段的新作为、新担当。但是,热事物更需要冷思考。前车之鉴,后事之师。我们要静下心来,认真思考如何确保活动顺利进行不“翻车”。

直播带货本质仍是专业的推销工作。从前期调研到货品选择,从商品标价到推销话术,从包装运费到售后服务,都容不得一点含糊。此次活动由多个市直部门联合主办,不少消费者冲着政府的信誉保证而来。各部门要杜绝“闹着玩”的心态,做好做实本职工作,以免好心办坏事,引发蝴蝶效应。同时,要着眼长远、瞄准未来,以优质的产品和服务树立金字招牌,让更多人慕名而来、满载而归,将直播带货打造成决胜全面建成小康社会、决战脱贫攻坚的有力抓手,助力产业发展、就业创业,为鹰城经济飞得更高更远贡献力量。(木子)



下期话题预告

## 建设无烟党政机关

近日,市爱卫办、市文明办、市卫健委联合印发《关于加快无烟党政机关建设的通知》,要求充分发挥党政机关和领导干部在控烟工作中的示范引领作用,加快全市无烟党政机关建设,到2021年基本实现市直党政机关建设无烟党政机关;到2022年,辖区内无烟党政机关建设率不低于85%。(见本报7月17日二版)

众所周知,吸烟有害健康。世卫组织数据显示,吸烟每年导致全球800万人死亡。近年来,全国上下都在倡导无烟机关,政府部门、企事业单位等普遍加强了控烟监管力度,包括做好宣传教育,提升督查实效,设置禁烟标识,收到了良好效果,工作人员禁烟意识和自觉性明显增强。但是,仍有个别工作人员无视禁烟令,在办公室、会议室等室内工作场所吸烟。

视野转向机关外。全国多地也出台了公共场所禁烟令。可以说,从我市到全省再到全国,禁烟的脚步从未停歇。但遗憾的是,在餐馆、酒店、景区、公交站台、出租车上,仍有人吞云吐雾,污染公共场所环境卫生,损害公众健康。

在落实禁烟令过程中,国家机关、事业单位、人民团体及其工作人员应当带头遵守,履行禁烟义务。特别是领导干部,要以身作则,自上而下形成浓厚的禁烟氛围,互相监督,共同维护好公共环境。党政机关先行,才能使禁烟令更好地推广开来,带动公共场所实现无烟。

下期话题:建设无烟党政机关。  
来稿信箱:baixinghuati@qq.com,请在邮件主题栏注明“话题”字样,截稿日期为2020年7月23日。



# 防汛救灾要筑牢责任堤坝

王浩

防汛救灾事关人民群众生命财产安全,事关经济社会发展大局,一线防汛干部常说防汛是“天大的事”,要敢担“天大的责”。当前,已进入防汛的关键时期。习近平总书记对进一步做好防汛救灾工作作出重要指示,强调“各级党委和政府要压实责任、勇于担当”“各级领导干部要深入一线、靠前指挥”“尽最大努力保障人民群众生命财产安全”。

越是紧要关头,越要绷紧弦、挑重担。今年以来全国累积降水量比常年同期明显偏多且降雨集中,局部地区受灾严重。近期南方大部地区仍有强降雨,据预报下一步雨区会北抬。南北方已全面进入主汛期,防汛将进入“七下八上”关键期。预报预警是“耳目”,各地各部门严防以待,气象水文部门全天候值守、滚动预报,为准确决策争取时间;堤防大坝是第一道防线,各地充

巡堤队伍,加密巡查频次,及时发现隐患排查风险;水工程调度是防汛“硬招”,水利部门专班作业,应急部门提前部署人员物资,科学调度,减轻防汛压力。各项工作有序开展,各部门各司其职,全力应对洪水带来的严峻考验。

做好今年防汛工作,不能有丝毫放松。从年度洪涝灾害直接经济损失占当年GDP比例看,这一数值从1998年的3.27%下降到最近10年的0.4%以下,这在一定程度上说明这些年来我国在防汛救灾方面取得的成绩。同时也要看到,随着城镇化率 and 经济发展水平不断提升,洪涝灾害的冲击力和致灾性更大。在新冠肺炎疫情与南方汛情交织下,保江安澜,对保障群众生命财产安全、促进经济社会发展具有重大意义。防汛救灾关键是要“坚决落实责任制”,筑牢防汛的责任堤坝。

筑牢责任堤坝,要坚持人民至上、生命至上理念。防汛救灾责任履行到不到位,要看能不能保障群众生命财产安全安全贯彻始终。因此,各项工作开展需要充分考虑汛情变量,多想一步,

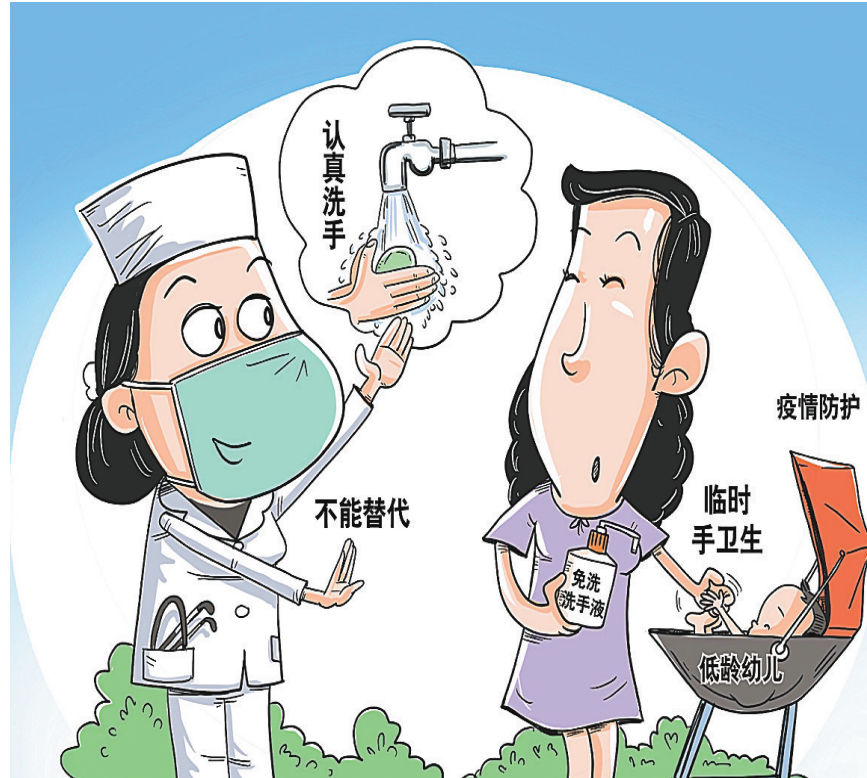
筑牢责任堤坝,要克服麻痹侥幸心理。压实各方责任,各级防汛责任人要下沉一线。环环相扣的“防汛链”离不开层层压实的“责任链”,测、报、防、救,任何一项“技防”都离不开“人防”。历史经验表明,责任到位就能使工作到位,就能打好防汛主动战。入汛之初,国家防总就通报了全国防汛抗旱行政责任人名单,水利部门逐级公布了水库大坝安全责任人名单,开展干部防汛前培训,从中央到地方,责任层层传导。相关责任人不仅要挂名更要担责,提升履责能力,以万全准备之“不变”应洪涝灾害之“万变”。

筑牢责任堤坝,要坚持人民至上、生命至上理念。防汛救灾责任履行到不到位,要看能不能保障群众生命财产安全安全贯彻始终。因此,各项工作开展需要充分考虑汛情变量,多想一步,

做好预案。比如水库泄洪既要考虑上游来水,更要考虑下游承载力,调度再精细些,预警再及时些。在城镇易涝地段,如何保障居民生产生活出行安全?组织群众转移时,如何确保老弱病残能及时撤离?当前正是决战脱贫攻坚之际,深度贫困地区大多地处山区,山洪地质灾害易发多发,扶贫干部更要肩扛双责,既要促脱贫又要防洪灾。

勇担防汛之责,不仅仅在汛期,更要贯穿于长远发展之中。从控制洪水到管理洪水,防汛救灾理念在变。这要求各地在推动城镇建设、产业发展时,既要考虑经济效益,更要注重自然规律。河道、滩地、湖泊等是洪水天然的调蓄地和滞留区,坚持新发展理念,实现人水和谐,才是管理洪水的治本之策,更是为了子孙后代负责的务实之举。

(原载于《人民日报》)



## 注意低龄幼儿疫情防护

常态化疫情防控下,1岁以下低龄幼儿由于发育尚不完全,戴口罩容易出现呼吸困难。如何做到有效防护?  
北京儿童医院急诊科主任王荃表

示,低龄幼儿防护主要通过做好监护人自我防护而实现被动防护,需要特别注意的是,临时手卫生不能替代认真洗手。  
新华社发 王鹏 作

## 寻亲启事

2017年2月19日卫东区蒲城办事处蒲城村的张秋若在市滨河公园捡到一男婴,现该男婴寻找亲生父母(或监护人),望该男婴的亲生父母(或监护人)自公告之日起60日内,与我联系,联系电话:13461207855  
2020年7月18日

## 遗失公告

河南省佳安置业有限公司公章丢失,编码410422000766,需作废重新刻制,由公章丢失所造成损失,均由我公司承担。  
河南省佳安置业有限公司  
2020年7月18日

# 出门游玩“且行且珍惜”

晁星

近日,暂停了170余天的国内跨省团队游终于恢复开放。与此同时,国家电影局也下发通知,低风险地区电影院可于7月20日起有序开放营业。消息一出,瞬间点燃了大伙的消费热情。

疫情防控成效及兑现为现实,固然要好好“品尝”胜利果实,但切不可完全“放飞自我”。戴口罩,勤洗手,出游做好预约,排队遵守一米线,交流保持社交距离……这些必要的防护举措一定得挂在心上。“且行且珍惜”,同样是在守护我们的抗疫成果。

疫情是客观挑战,也是转型契机。事实上,包括旅游业在内的很多行业一直存在不少发展短板,如消费场景固化,销售渠道单一等。疫情之下,这些问题更是暴露无遗。正如旅游业全面

是一场大考,能否因地制宜、因势而动,决定着行业能否真正焕发生机与活力。而对每个人而言,为了生产生活秩序的早日回归,我们都付出了不少努力。如今,希望逐步化为现实,固然要好好“品尝”胜利果实,但切不可完全“放飞自我”。戴口罩,勤洗手,出游做好预约,排队遵守一米线,交流保持社交距离……这些必要的防护举措一定得挂在心上。“且行且珍惜”,同样是在守护我们的抗疫成果。

推广“预约”,乘势提升服务一样,各行各业都在创新求变,有的改良管理模式,外卖、快递推行“无接触配送”,服务秩序、效率均大幅改善;有的拓宽消费场景,传统制造业也好,文娱产业也罢,纷纷走向“云端”,时空界限被打破带来更多发展可能;有的优化服务细节,餐饮业推行“公勺公筷”,理发业重视公共用品消毒清洁,服务环境更加安心、舒心……经此一“疫”,不少行业在管理、产品质量、服务水平等方面获得了补偿性进步,可谓利在长远。

不论是各行业还是每个人,都要把抗疫放在心上,把好经验好做法坚持下去,安全有序,方能更好拥抱“诗与远方”。(原载于《北京日报》)