

“高颜值”看得见 “幸福感”摸得着

■通讯员 唐兰荣



1月19日，笔者来到珠晖区茶山坳镇大昌村墅香生态农业产业园的萝卜地，农户正忙着拔萝卜、挑拣、装袋……一片热火朝天的丰收景象呈现眼前。

正在地里收萝卜的村民李大平喜笑颜开，他说：“村里有农业产业园后，我就到农业产业园务工，仅种萝卜这一项，一年就能挣到4000元，心里别提多开心了”。

“今年萝卜丰收，我们金甲岭黄泥萝卜名气大不愁卖。”望着眼前大片萝卜地，墅香生态农业产业园负责人鄢利平兴奋不已，产业园共种植萝卜30亩，预计产萝卜15万斤，高峰期，每天送往超市的新鲜萝卜达4000斤。通过合作化种植，改变了传统的种植模式，节约了种植成本，解放了村里劳动力，并且村民也可以成为产业园的员工，既实现了产业的规模化种植，也增加了群众的收入。

“路好了，房好了，垃圾都有了固定安置点，要把村中的水塘改造成村里最美的风景。”在屋场恳谈会上，村民们就如何让村子变美达成共识。

改造村中水塘的提议很快得到了村两委

和墅香生态农业产业园负责人的响应和支持。去年，墅香生态农业产业园投资80万元，对村里的3口水塘实施改造，淤泥清了，护坡翻了，经过全面整修后焕然一新。鄢利平告诉笔者，过完春节，就要购买草鱼、鲤鱼等鱼苗投放。鱼塘边的近200亩无公害蔬菜基地也将种植丝瓜、黄瓜等。此外，还要建设农副产品储藏冷库、加工车间、配送中心和循环生态农业研究中心，可提供用工岗位50余个，争取年产值达到300万元。

“每次回家都能感受到新变化，村子越来越美，日子也越来越好了。”看着旧貌换新颜的大昌村，刚刚从外地回家的谭将林对家乡的发展充满期待。

随后，笔者走进村民聂益林的家，这是他们兄弟三人的“联排别墅”，门前有绿色景观树，屋后有果木园，非常精致美观。

“没有改造之前用的是两格化粪池，处理效果不佳，污水直排对河水也造成了一定的污染。”去年，大昌村将聂益林家厕所的化粪池从两格改为三格，对此聂益林赞不绝口。

进行改造的不止聂益林一家，大昌村党总支书记尹茂刚表示，“近两年来对全村的化粪池进行改造，村民不用自掏腰包，改造的积极性自然更高了。”

据介绍，自农村人居环境整治以来，大昌村跟全镇其他村一样，村容村貌发生了很大改变。村里配备垃圾清扫车、安排专门保洁员，垃圾日产日清；消除旱厕，改成一冲式厕所；山塘清淤，蓄水护坡，村庄道路进行硬化、亮化，农民生活质量显著提高。尤其是城乡治理标准化以来，该村共清理房前屋后杂草杂物、积存垃圾78处，共30余吨。清理沟渠池塘淤泥、漂浮物32处，共20余吨。拆除乱搭乱建、违章建筑14处，共1672平方米。共完成村道、庭院及房前屋后美化绿化24处，共2340平方米。

值得一提的是，开展农村人居环境整治，还促进了村风民风的好转。在改善村容村貌的同时，大昌村村民的精神面貌也焕然一新。通过开展“清洁家庭”“最美庭院”等活动，村民们自发成为人居环境提升的主人，形成共建共治共享的浓厚氛围。

如今，大昌村处处风景如画，村民生活品质显著提高，农村的“高颜值”看得见，村民的“幸福感”摸得着。“2022年，按照城乡治理标准化要求，我们要做的还有很多。我们将积极引进农业公司和合作社，持续打造‘衡阳市本农生态农业开发有限公司葡萄基地’和‘千亩蔬菜基地’等致富主导产业，等到塘里鱼苗长大、果蔬采摘上市、游客络绎不绝的时候，大昌村村民的日子就会越来越好了。”对大昌村未来的发展，尹茂刚信心满满。

一枝一叶总关情 排忧解难为人民

记第七届省“人民满意的公务员集体”衡南县信访局

■衡阳日报社全媒体记者 周瑞华 通讯员 付颖娣 黄志明

近年来，衡南县信访局坚持和发展新时代“枫桥经验”，创新信访工作方式方法，选取“屋场”作为基层信访工作治理单元，大力推行“屋场恳谈+信访”工作模式，实现了法规政策在群众家门口宣讲、民情民意在群众家门口听取、矛盾纠纷在群众家门口化解。

“屋场恳谈+信访”的矛盾纠纷化解新模式，先后得到《人民日报》《人民信访》和湖南卫视等省主流媒推介。2021年12月，衡南县信访局获评第七届湖南省“人民满意的公务员集体”。

排忧解难 屋场恳谈聚民心

去年下半年的一天，云集街道居民王某在蒸湘南路骑行，却被路“坑”了：辅路上有个下水道井口没盖子，造成他摔伤，左胸2根肋骨骨折，病休治疗几个月，医药费花了数千

元，但找不到责任单位，维权无门。

不久后，在家门口召开的屋场恳谈会上，他向县信访局反映了这个难题。会后县信访局联合相关部门开展调查，经过多次协商，最终责任单位同意赔偿医药费、误工费、营养费。

近年来，衡南县选取“屋场”这个最小基层治理单元，首创首倡屋场恳谈会制度。“整县推进、每村都开”的屋场恳谈会，县乡干部深入村组屋场，通过“宣传宣讲、释疑解惑、排忧解难、凝心聚力”，实现了“民感党恩，党聚民心”。借助屋场恳谈会这一平台，县信访局进一步探索了“屋场恳谈+信访”的矛盾化解新模式，变“群众上访”为“干部下访”。

针对屋场恳谈会上收集的矛盾问题，衡南县通过采取明确办理责任单位、限时办结反馈、定期督查考核等措施，对信访事项办理实行完整闭环管理，真正做到了在群众家门口化

解矛盾纠纷。2019年屋场恳谈会制度实施以来，全县召开屋场恳谈会3536场，收集群众意见建议3921条，解决各类问题4207个，大大降低了上访率，在源头化解了大部分矛盾纠纷。

强化攻坚 积案清零解民忧

衡南县委、县政府始终高度重视信访工作，把信访工作作为了解民情、集中民智、维护民利、凝聚民心的一项重要工作，严格落实县级领导值班接访制度，每天由一名县级领导率相关职能部门到县信访局值班接访，每周一定由县委书记、县长、县委副书记、常务副县长轮流接访，通过现场接访、领导包案、带案下访等有效举措，将大量信访矛盾化解在县内。

2020年以来，衡南县成功地化解了国家信访局交办的首批“集中治理重复信访、化解信访积案”数85件，化解率达100%。2021

石鼓区纪委监委：廉政宣讲“敲警钟”

衡阳日报讯（通讯员 宋美英）晒成绩、讲不足、敲警钟、谋对策、谈打算……日前，石鼓区纪委监委驻人大机关纪检监察组召集综合监督单位召开2021年度党风廉政建设讲评暨廉政宣讲会。

“我们要借鉴彭德怀‘怕’与‘不怕’的人生观、价值观，树立知敬畏、存戒惧、守底线‘怕’的理念……”区纪委监委李灿灿结合感人事例和典型案例进行生动廉政宣

讲，既深入浅出，又直击人心。随后，他通过分析一些单位存在的苗头性、倾向性问题，及时“咬耳朵”“扯袖子”“敲警钟”，达到以讲促评、以评促改的目的。

“这次讲评会内涵丰富，既有客观的讲评，又有生动的廉政宣讲。我们必须正视问题和不足，以严实的作风把工作落实落细。”一位参会人员如是评价。

耒阳市耒田镇：“湾村明白人”筑起疫情防控“防火墙”

衡阳日报讯（通讯员 李开发 吴集凯）“老庚，您的行程卡上显示您最近14天有途经广东深圳和中山，为了您和亲朋好友的安全，请您严格执行疫情防控相关要求，佩戴口罩并居家隔离。按组里的村民约定，希望您取消参加宴席，礼物我们可以帮您带过去。”近日，耒阳市耒田镇利兴村3组“湾村明白人”李海峰正耐心劝解着从中山回来参与喜宴的村民。

在耒田镇，像李海峰这样的“湾村明白人”还有很多，他们充分发挥“人熟、地熟、事熟”优势，大力开展疫情防控工作，

筑起疫情防控“防火墙”。挨家挨户发放疫情防控宣传单，为村民讲解疫情防控知识，提醒村民少出门、不聚集、戴口罩；在各湾组进出主要路口卡点的值班值守，对外来人员进行登记、查验“双码”、量体温；定期对各湾组进行巡查，摸排湾组返乡人员并做好动态管理，劝导村民及时关注权威发布。

据统计，春运疫情防控工作开展以来，耒田镇共有157名“湾村明白人”参与疫情防控工作，入户宣传5000余户，值守路口34个，劝阻返乡参宴聚会人员16人次。

年，该县推出了“信访积案化解巡回讲评会制度”和精品案例评选活动，推广信访积案化解好经验，营造比学赶超氛围，通过明确责任部门，限时销号办结，定期督查考核等刚性要求，有效化解群众误解和上访动机，群众的合理诉求“件件有回音，事事有解决”。

同时，衡南县大力开展信访“三无乡镇（街道）、三无村（社区）”创建活动，推动“小事不出村、大事不出乡，矛盾不上交”。近两年，全县17个乡镇（街道）成功创建市“三无”乡镇，创建达标率达73.9%。疫情以来，衡南县信访局大力宣传倡导网上信访，充分发挥网上信访主渠道作用，不断拓展网上信访覆盖面，让群众通过网上信访就能得到与来访一样效果，最大限度引导群众通过网上信访反映诉求、解决问题。2020年以来，信访形势明显好转，上访总量明显下降。群众来县、到市、赴省、进京上访总量同比分别下降52.8%、35%、25.2%和52.9%。

齐抓共管 凝聚合力惠民生

2021年3月，岐山镇村民伍某、符某来到该局，反映县直机关某单位项目的包工老板拖欠自来水管安装费5万多元，请该局帮助讨要工程款。县信访局立即协调相关单位，召开信访联席会议，仅用3天时间，伍某等人就拿

到了工程款和民工工资。

针对房地产、涉众型金融纠纷、征地拆迁、企业改制等重点领域信访的问题，县信访局协调相关单位合力攻坚，召开信访联席会议明确各方责任，实行“红、黄、蓝”三色分级挂牌督办，强调措施不到位、办理工作不力导致越级上访、群体性事件或不良影响的，启动倒查问责。从2019年起，永衡云嶺项目部分业主冯某双等人因产权证问题多次到县集访，县信访联席会议多次协调处理，终将房屋产权证办出，信访人非常满意，纷纷签订停访协议书。2020年，该局就成功地协助240户业主办好了产权证。

此外，该局坚持运用法治思维和法治方式回应群众诉求，使信访工作更有力度。2021年信访法治宣传覆盖全县23个乡镇（街道），讲好信访故事，引导群众依法理性维权。同时，通过播放视频短片，公开曝光几起违法信访典型案例，发挥了强有力的震慑效果，有效维护了良好的信访秩序。

衡南县信访局是人数不多的小团队，但他们在平凡岗位上干出了不平凡的业绩：2019年—2020年连续成功创建国家级信访工作“三无”县；2019年—2021年连续3年成功创建省级信访工作“三无”县；2020年成功创建全省信访部门“人民满意窗口”，获评“衡阳市信访工作优胜县市区”等称号。

关注 GAUN ZHU

责编 / 多 乐 校对 / 肖 萍 版式 / 唐雯珊

假抽奖 真陷阱

——谨防快递包裹成为二维码广告牟利工具

春节临近，网购的年货纷至沓来，然而今年很多消费者在收取快递时发现，包裹上总是贴着印有“扫码领100元现金红包”“随机奖励2箱牛奶”“扫码抽：1个保温杯”等内容的二维码，看上去颇为诱人，这究竟是春节福利还是营销噱头？记者带你揭开背后的秘密。

明着抽红包 背后“套”腰包

距离春节还有不足两周，家住山西省太原市的王女士来到小区内的菜鸟驿站领取快递。与之前不同的是，她注意到自己的快递外包装上总是贴着印有“5.67元现金扫码抽取”“随机奖励2瓶白酒”“扫码抽取3瓶洗衣液”等内容的二维码。

这难道是春节福利？王女士怀着试一试的心态扫开了这些二维码，进去后发现大多是“幸运转盘”“砸金蛋”“刮刮奖”等抽奖环节，而无论自己尝试多少次，从来没有抽中二维码上承诺的奖品，抽到的不是电话卡就是一些来路不明的低价商品。

“信任快递公司才扫码，没想到这不就是‘挂羊头卖狗肉’的套路嘛！”王女士向记者吐槽道。

记者随后扫了快递包裹上一个印有“随机奖励2箱牛奶”的二维码，微信页面同样跳转至“幸运转盘”的抽奖环节，页面正上方醒目处写着“贴冬膘 送大米”，并备注“每日限量2000袋”。而经过记者的多次尝试，抽中的“奖品”均是联通大王卡，且需要填写姓名、联系方式、身份证号等信息才能领取，并在下滑页面的底部才看到月费29元，与其他渠道办理大王卡价格相同。

记者点开该抽奖页面角落处的“规则”看到，这种“幸运转盘”奖品设置有“2袋大米”“1

箱牛奶”“5元现金”“随机红包”“幸运福袋”5项。只有在更为隐蔽的下拉式菜单“更多概率说明”中才能看到，牛奶只有1箱，中奖概率为0.001%，2袋大米也只有2份，中奖概率0.002%。

在连续扫了几个不同快递公司包裹上的二维码后记者发现，虽然每次弹出的界面各不相同，但都是打着“抽奖”的名义，诱导消费者办理电话卡、购买商品。名为抽奖，实为广告营销，“套路”消费者腰包，并有套取个人信息之嫌。有的甚至直接在二维码上标着“扫码领100元现金红包”，打开后则跳转至某App下载。

有人贴码无人认 谁盯上了快递包裹？

究竟是谁在快递包裹上张贴“小广告”？记者走访太原市的几家菜鸟驿站，对方均表示二维码来自打印机系统自带的模板，网点控制不了。一些工作人员还告诉记者不必理睬此类福利，“没听说有人扫出礼品”。记者随后致电几家快递公司的地方分公司客服，对方表示地方公司对此并不知情，需向总部有关部门核实后回复。记者在发稿前仍未收到相关回应。

记者又咨询了多家京东、淘宝店铺客服，同样得到“面单在打印之初便贴上了广告二维码”的回答。当记者带着以上问题联系到一家快递公司的总部时，对方否认是自己所为，并表示此类二维码是电商平台发货打印系统中自带的。

而当记者以寻求广告合作的名义致电菜鸟合作伙伴服务热线时，对方则明确表示公司没有投放广告相关业务。

采访中一位从业人员告诉记者，此类广告投放一般由快递公司或菜鸟驿站和广告公司合作完成，这类广告公司在网上比比皆是。记者于是以“快递广告”为关键字进行搜索，果然发现几家排在前列的广告公司均明确标明“快递单打印面单广告”。

一家位于杭州的广告公司表示，在快递面单上贴二维码广告确实属于自身业务范围，并透露与菜鸟总部每天有七八千万单的合作量，“但一般不与单个小区或片区合作，主要是量级太小，产生投诉后也不好处理”。

记者又致电一家位于深圳的广告公司，对方表示可以向所有快递公司的源头大仓投放广告，也可以向指定区域定点投放，但需要先充值1万元。

对于消费者广为吐槽的抽奖形式，该公司工作人员表示“扫码领红包给几毛钱就可以，主要是提高关注率”，也不会审核具体奖品内容；当记者提出是否能够以针对性投放广告为目的收集用户个人信息，对方表示没有问题，并可以帮忙创建公众号以实现引流，以便日后逐一添加广告受众。

专家：亟待完善立法 加强监督管理

对于未经消费者同意强制在包裹上张贴二



维码广告的行为，不少人认为自身权益受到侵犯。“快递是我的私人物品，怎么可以在上面随意张贴广告？”王女士说。

太原理工大学法学系主任张振宇表示，如果购物成功，快递及其包裹的所有权归消费者，快递公司并不具备所有权，未经授权而乱贴广告的行为侵犯了该包裹所有人对包裹外包装的收益权。但他也解释称，对于快递公司等是否能够包裹上贴广告，我国尚未出台具体法律法规明确规定，目前只有在快递封装用品的国家标准中可以查到“包装袋任何部位不得印有经营性质的广告”。

一些受访法律人士还认为，此类二维码广告涉嫌随意收集个人信息，若将所获信息不分类型、不加区分地用于互联网商业行为，可能会造成个人信息泄露，甚至会导致电信诈骗等案件。

尽管一些业内人士透露目前此类二维码广告的扫码率仅约0.3%，但全国邮政管理工作会

快递面单上印着的“扫码抽：1个保温杯”。

议日前发布数据显示，2021年我国快递业务量达1085亿件。在如此大的基数下，点击此类广告的总人数依然不可忽视。

中国人民大学法学院教授刘俊海表示，在尚无有关部门注意到此类现象的情况下，可能会滋生一些不法分子窃取个人信息的行为，造成居民信息泄露。因此相关部门应尽快出台有关法律，明确快递外包装是否可以张贴广告以及其他具体要求，并及时补齐监管漏洞。

此外，张振宇还表示，通过诱导的方式吸引消费者扫码抽奖，并把极低的中奖率隐藏在大众很少打开的下拉式菜单中，导致几乎无法抽中包装上承诺的奖品，这已经涉嫌发布虚假广告，侵犯了消费者的合法权益。

张振宇补充道，为有效遏制这种现象，市场监督管理部门应进一步发挥作用，全面、及时、长期地执行监督管理职责，规范快递市场，切实解决“二维码广告虚假抽奖”问题，保护消费者正当权益。（新华社1月20日电）