



加强“智慧团建”、做好创新创业服务、提供精准婚恋交友…… 建设株洲青年身边的共青团

今年株洲共青团又将有什么大动作?昨日,共青团株洲市第十六届二次全委(扩大)会议召开,会上透露,2018年将围绕“建设株洲青年身边的共青团”工作目标,聚焦青年需求,努力实现株洲青年对美好生活的向往。



▲今年初,团市委表彰了一批青少年事务社工 记者 戴凇 摄

回顾 2017

关键词:活动

如何做好“身边的共青团”?就是把活动做到团员青年身边。

据了解,在2017年,团市委通过改进“共青团与人大代表、政协委员面对面”活动,不断健全工作制度,拓宽反映和表达青年利益诉求渠道。同时创新“12355阳光行动”活动形式,开展讲座86场,受理心理咨询3482人,发放宣传资料5万余份,积极开展青少年心理健康、禁毒、防艾系列服务,形成了青少年健康成长的社会氛围。确保全市预防青少年违法犯罪工作,连续六年在全省

综合考核中排名第一。

另外,通过开展“青春恋爱季”“O2O小环境治理”等公益活动,使得株洲青年文化蔚然成风。还有“心手相牵 快乐成长”“关爱农民工子女”爱心帮扶活动,以及开发“株洲共青团就在你身边”公益平台,累计筹集资金120万元,帮助青少年解决了一批实实在在的困难。目前,23家“青年之家”已全部入驻省级“青年之家”云平台,累计开展活动123次,辐射凝聚青年2万余人。

关键词:微平台

“团团”是谁?株洲的青年一定不会陌生。在国内、省内、市内每一次重大事件发生时,它总会第一时间被推送到青年身边。

2017年,团市委重点打造了团属新媒体“微平台”,据统计,团市委微信公众号粉丝数较上年增加了300%,微信单篇推文最高阅读量达17万,微博单篇最高阅读达110万以上,株洲共青团新媒体平台已成为地区最具影响力的政务媒体平台之一。

关键词:创业扶贫

为青年创业提供更好的条件和环境,并用他们的智慧,带动更多人脱贫致富。

去年,团市委以“青春创业季”活动为总揽,开展了“走进企业关注青年创新创业”等活动。通过积极对接市外资源,承办了湖南省2017年创新创业大赛商工组比赛,为全市创业青年搭建了展示交流平台。同时,开展了以电商、互联网+、众筹、众创空间为主题的创业培训,共培训2616人,新增市县两级青年

相关负责人介绍,通过实施网络宣传“1510”工程,被团省委授予2017年度“青媒奖·最具影响力微信”“青媒奖·最佳舆情处置案例奖”荣誉称号。推动“青年之声”“青年之家”线上线下深度融合,实现了“智慧团建”有序推进。

通过广泛运用新媒体进行宣传引导,团市委官方微博发起的#青春献礼十九大#、#新时代 新青年#等话题,阅读量达到220万人次。

就业创业见习基地154家,接收青年上岗实习3640人。还通过推介“青创贷”项目,打造了全市首个青年创业绿色通道,贷款180余笔,金额2000余万元。

而在精准扶贫工作中,株洲共青团实施了农村青年创业致富“领头雁”培养计划,已培养市级农村青年致富带头人12人,戴永红、刘芬还获评“全国农村青年致富带头人”荣誉称号。在实施“希望工程”“青e工程”等项目中,还资助730名困难学生就业。

目标 2018

关键词:改革

去年,团市委在深入调研的基础上下发了《共青团株洲市委改革实施方案》,成为全省第一个出台方案的市州。2018年,株洲共青团还要“改革再出发”。

“坚持把基层活力有没有得到充分激发、基层青年满不满意,作为评判改革成效的最主要标尺。”团市委书记梁天琛透露,今年还将进一步增强团市委机关内设部门功能,更好发挥专挂兼职团干部的各自优势,以提高整体工作效能。同时强化网络思维,加强“青年之声”和“智慧团建”工作,推动“工作网、联系网、服务网”深度融合,打造符合新时代要求和青年特点的工作模式。

关键词:服务

青年有什么需求,就是团委奋斗的目标。今年,团市委还将继续聚焦青年需求,努力实现株洲青年对美好生活的向往。

梁天琛表示,今年我市拟出台《株洲市中长期青年发展规划(2017-2025)》,要联合党政部门建立跨部门联席会议机制,为株洲青年发展提供科学规划和指导。

同时,持续助力青年创新创业创优,继续开展“青春创业季活动”,让更多青年成为“创业先锋”。做好留学人员、海归青年、返乡青年回株创新创业服务,为全市实施“引老乡、回故乡、建家乡”行动注入青春活力。通过青年文明号、青年安全生产示范岗等创建活动,带动更多青年职工弘扬工匠精神、投身质量强国建设。

今年还计划项目化运作“青春恋爱季”公益婚恋品牌,提供精准靠谱的青年婚恋交友服务。力争出台《株洲市青年志愿者服务管理办法》,持续推进青年志愿者服务项目化、品牌化、长效化。探索推进社工、社会组织、社会公益项目“三社合一”运行模式,充分发挥共青团在青年社会组织中的枢纽作用,提升团的专业化服务水平。

关键词:活力

让基层团组织焕发活力,做好青少年身边的团组织。

据了解,我市今年将深入实施基层团支部“活力提升工程”和基层少先队“动感中队”建设。同时,加大“青年之家”建设力度,形成相对稳定的服务项目,支持建设10个省级示范性“青年之家”,实现活动参与网络化,推动更多服务资源直达平台、直达青年。

还将严格团员发展、教育管理全流程,以提升团员发展质量,2018年全市拟调控发展新团员12000名。严格执行“举团旗、学团章、唱团歌、戴团徽、过团日”要求,规范团内组织生活,创新“三会两制一课”(支部大会、支部委员会、团小组会、团员教育评议制度、团员年度团籍注册制度和团课)方式和载体,增强团员的归属感和光荣感。

(记者 戴凇 通讯员 刘汇文)

同型号的家电,线上比线下实惠? 当心!“电商专供”可能是 “缩水产品”



2 隔热层材质不同,能耗相差20%

对于网络特供版,各业内人士的说法和态度也有所不同。某家电连锁负责人告诉记者,虽然是同一品牌,但由于成本限制,网络特供款主打“价廉”,即使是同型号的产品,更换了一些元件,外观上不出来,也不影响使用,质量却差别很大。“例如冰箱隔热层的材质不同,会导致能耗不同;液晶电视是进口硬屏还是普通软屏,能效级别也有差别。”

上述负责人进一步指出,比如在各家电商的冰箱介绍中,都不会提及冰箱保温层的厚度,但事实上这是决定冰箱节能水平的一项重要参数,也是冰箱成本的重要组成部分。有网上电商特供冰箱保温层厚度为3.5厘米,而实体店相类似的冰箱则为5厘米。这两款冰箱的能效水平也有所差异,一款是一级能效,另一款则是二级能效,日耗电量相差20%以上。此外,行业内通常都采用钢板制造的冰箱背板,在电商版产品中也换成了塑料板材。即便是并不起眼的电源线,电商专供商品也比普通产品短了20厘米。

有业内人士透露,某品牌的国产空调柜机,其电商定制型号和实体店在售的同款产品相比,功能就有所缩水,将一些原有的功能去掉,从而降低了生产成本。“网上的电器还有可能会减去一些不常用的功能,比如空调的电辅热功能,线上的空调可能就没有这个功能了。”有消费者反映,电器厂家要为电商生产不同型号的产品,以避免产生同品牌的利益互搏,平衡线上线下市场的发展。

1 型号差1个字母,价格差3000元

“看起来一模一样的产品,但仔细对比,就会发现型号稍有差异,甚至功能也会有些不同。”黄先生最近在场看中了一款电视机,想在网上比价,结果并没有在网上找到同一机型的电视,即使外观相同,型号也有差异,发现根本无从比价。陆先生最近在装修,目前在挑选家电阶段。“同牌子的一款电视机,样子和功能介绍一模一样,型号也只差了一位,为什么价格差了这么多?”陆先生说,最近他看到了一款品牌电视机,对比线上和线下的价格,让他感觉很疑惑。

陆先生说,他看中的电视是60英寸的,实体店售价7999元,网络价格只需4999元。面对3000元的差价,陆先生有些蒙,他仔细进行了对比,发现两者型号存在区别。网络销售款的最后一位字母为H,实体店销售款的最后一位字母则为L。

“就差一个字母,价格就有这么大的悬殊?”记者仔细对比发现,线上线下卖的同一款产品在“画质”一栏里,虽然背光源、分辨率、面板亮度等参数都是相同的,但最核心的屏幕参数一项,线下售价7999元的电视注明的是日本原装面板(SDP),售价4999元的电视注明的是4k液晶面板(INX)。

可见,一些厂家为了迎合电商的价格战策略,会为电商专门“特制”低成本产品。即使是同一款式的产品,“电商版”在外观设计、液晶屏类型、底座选材、能效等级、具体型号的尾数上也都会有不小差距。

3 网购料理机机身是PP塑料 实体店的是不锈钢

“网络特供款水太深了!”王女士不禁抱怨:“在网上旗舰店买过一台料理机,实体店里卖300多元,网上只要200多元,客服说是网络特供更划算,我想价格差得也不离谱,应该和实体店一样。”

收到货后,王女士还特地拿到实体店去对比,发现自己买的料理机机身是PP塑料的,实体店里则是不锈钢,刀头也不像实体店的那样厚实,虽然不影响使用,但质量却大相径庭。

负责家电维修的马先生也发现,同一型号的家电有网络版和实体店版,配件基本通用。但他个人感觉实体店版配件要好于网络版。举例某款豆浆机内部的主板,超市购买的内部板子做了如洗衣机主板般的透明凝胶防水处理,网络版的内部板子只是涂了薄薄的防水涂层。

业内人士很多人都知道,一些厨房电器产品线上和线下近似款,线上却便宜许多,这是因为线上为网购定制产品,所谓定制就是配置与线下形成了鲜明的不同,从配置到做工材料都有所不同,线下实体店零售的厨房电器产品一定比线上配置要好很多。

提醒

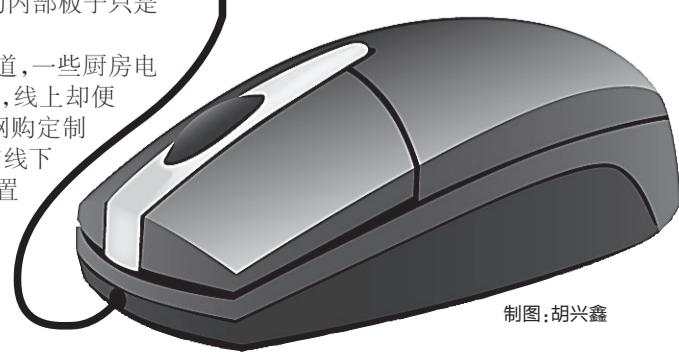
网购家电 一定要分清“专供版”

记者了解到,不少市民在网上购买家电时,经常发现产品的外形等与实体店的几乎一模一样,但价格便宜很多。家电买到手实际使用后,就会发现功能、型号、性能等与实体店的产品有差距。这样的产品就是所谓的“电商专供版”。

据某大型家电商场的负责人陈先生透露,实际上,在家电行业,“差别供货”早已不是秘密,为了应对密集的价格战,很多家电生产厂商都会单独定制为电商渠道供应的网络专供货。因此,消费者会发现,同一型号的产品,“网络专供版”在外观设计、液晶屏类型、底座选材、能效等级上也都会有不小差距。

“一分钱一分货的规律,在利润本来低微的家电制造业尤其明显。”陈先生表示,无论是电视机最核心的液晶屏,还是冰箱、空调最核心的压缩机其实都会分三六九等。即便都是合格的电器产品,但选用不同元器件的产品的品质也会有明显的差别。但事实上,家电产品所选用元器件的品牌、型号都是不会在产品上明示的。价格过低的电器,很可能是买电器时省了些钱,但用不了几年就出问题,花在售后维修上的钱会更多。

(据新快报)



制图:胡兴鑫