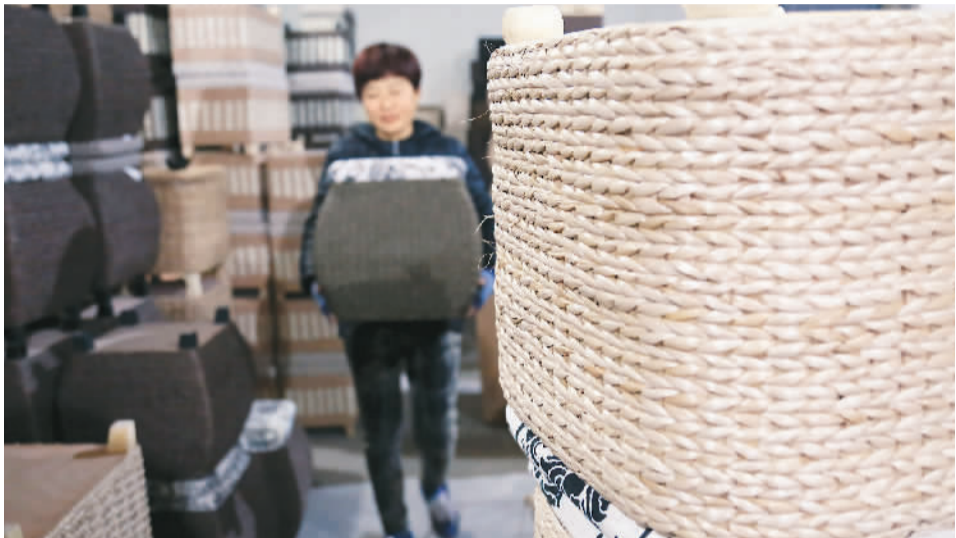


# 中国农村网民规模逾2亿，年增长率达6.2%—— “数字乡村”正在走来

本报记者 李嘉宝

近日，第二届数字中国建设峰会新闻发布会公布的数据显示，截至2018年底，中国数字经济规模达到31万亿元，占GDP的1/3。数字经济在为经济增长提供强大动力的同时，也为中国乡村振兴战略的实施注入新动能。日前发布的《2018年中国数字经济发展报告》显示，农村的数字消费增速全面超越了一线、新一线和二线城市。



在山东省博兴县锦秋街道湾头村，一名村民在搬运草柳编工艺品。目前，在这个有1800多户村民居住的村庄，900多户开起了淘宝网店。

陈彬摄 新华社发

## “数字乡村”正当时

在国家级贫困县新疆巴楚，当地甜瓜通过电商平台走出新疆销往全国。3年间，瓜农们的亩均收入从400元提升到了3600元，一批贫困户因此摆脱了贫困；在河北清河，一位村民向网商银行申请，5天内获得8万元贷款。他提交了户口本、身份证、宅基地证明等信息，通过大数据分析，他无须抵押就能获得贷款；在云南西双版纳，龙林小学孩子们正在上一堂网络直播课。大屏幕两端，相隔千里的学生和教师隔空上课和互动。这种互联网教育新模式让农村学生也能享受到优质的师资及课程。

这是当下中国乡村常见的几个场景。

近年来，数字经济正前所未有地服务和赋能全社会，其带来的普惠性增长，改变着乡村的传统风貌。

今年2月，第43次《中国互联网发展状况统计报告》显示，截至2018年12月，中国农村网民规模为2.22亿，占整体网民的26.7%，年增长率为6.2%。在数字经济时代，乡村振兴战略的实施面临互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合的经济环境。

今年的中央一号文件明确提出“实施数字乡村战略”，要求“继续开展电子商务进农村综合示范，实施‘互联网+’农产品出村进城工程”。这是继2014年“加强农产品电子商务平台建设”之后，相关概念连续第6年出现在中央一号文件中，为培育和壮大农业农村数字经济做好顶层设计。

## 多方施力助发展

2018年，中共中央、国务院印发的《乡村振兴战略规划（2018—2022）》指出，大力发展数字农业，实施智慧农业工程和“互联网+”现代农业行动，建设具有广泛性的农村电子商务发展基础设施，加快建立健全适应农产品电商发展的标准体系等。

近年来，在浙江、江苏、福建等地，一批远近闻名的专业“淘宝村”纷纷涌现。据统计，2018年，全国农村网络零售额达到1.37万亿元，同比增长30.4%；全国农产品网络零售额达到2305亿元，同比增长33.8%；农村网络销售吸纳了2800万农民就业。这是数字经济服务于乡村振兴战略的一个缩影。

中国社会科学院财经战略研究院副研究员黄浩在接受本报记者采访时指出，数字经济在助力乡村振兴方面发挥的作用可概括为两大方面：推动生产经济发展和促进社会生活进步。

黄浩分析，首先，乡村的网络基础设施得到改善。近年来，政府多措并举加快建设乡村“信息高速公路”，为其他经济活动和文化活动的开展奠定了坚实基础。其次，一些互联网电商企业加速下沉，向乡镇布局，为二三线城市和乡村地区提供各种商品与服务，推动农村居民实现消费升级。再次，借助互联网平台购买农业生产资料、获得农业技术服务、销售农产品等，在提高生产效率的同时拓宽了市场渠道，促进了农业生产的进步。最后，乡村文化生活更繁荣。乡村社会发展不再受制于信息闭塞，农民积极参与文化生产，开拓视野，提高了生活品质。

## 补齐短板促“三农”

2017年，数字经济首次写入政府工作报告，明确提出“促进数字经济加快成长”。今年的政府工作报告再次对数字经济着墨，提出“壮大数字经济”。根据中国信息通信研究院数据，预计2035年中国数字经济规模将达到150万亿元，占GDP比重将突破55%，达到发达国家平均水平。

目前，数字经济已成为高质量发展的主战场。比起竞争激烈的一二线城市，三四线城市、乡镇的数字经济市场还是一片有待深度挖掘的“蓝海”。

阿里巴巴集团首席执行官张勇指出，互联网和数字经济将在欠发达地区发挥作用。借助互联网的力量，中国农村用户“得以进入一个非常透明的世界”“这会成为中国经济增长的另一个引擎”。

尽管乡村数字经济的发展方兴未艾、前景广阔，但现阶段还存在着不少短板。黄浩指出，目前，农村地区的个体工商户在产品质量把关、宣传推广等方面缺乏专业的培训；物流基础设施网络有待完善，有关公共服务设施不够健全等。“要补齐发展短板、破除制约因素，需要监管部门、农户和互联网企业等形成合力，加强沟通协调。”黄浩说。

阿里新乡村研究中心副主任兼秘书长盛振中认为，为了更好地促进数字经济、助力乡村振兴，应继续大力提升农村地区的数字基础设施，应用电子商务支持农产品产销对接，推动智慧农业试点，鼓励数字技术应用，促进普惠金融服务，推广乡村治理示范县、示范村等。

# 当心互联网客服「套路」

孙亚慧

网购进入千家万户，商家与消费者可能远隔万里，互联网客服便成了“不见面的交易”中引导消费者获得帮助的关键甚至唯一途径。无论是售前咨询、产品使用，还是出现问题要维修、情况更严重时维权，客服都在其中扮演着重要角色。服务质量也直接影响着消费者对商家服务质量的评价。

然而，作为“沟通之桥”的互联网客服，有时却不免令人失望。近日，一些客服维权乱象相继浮出水面，网友们晒出了自己被客服忽悠的经历，比如用“包您满意”“尽快处理”频频打太极，拖延时间却不解决问题。这些客服往往都语气温柔，“表情”友好，就是不解决问题，实际上是消费者维权过程中的“拦路虎”。

笔者也曾有过类似经历，网购的阅读灯在使用3个月后发现故障无法继续使用。找到客服时，对方非常“礼貌”地回避自己产品质量问题，最后甚至直接甩出“只质保3个月”的理由便再也不回复。一盏灯，如果在出厂之初便做了“扛过3个月就不用负责”的打算，接下来对消费者的“负责”只剩客服言语搪塞和推三阻四，很难想象会对企业发展产生怎样的影响。

乱象丛生，归根到底还是因为企业对客服工作没有给予足够重视。不论是自建客服还是外包客服，如果企业重视保护消费者权益，就理应完善客服管理机制，绝不允许忽悠消费者的情况存在，这对于互联网公司赢得消费者青睐、保持用户黏性、持续健康发展，至关重要。敷衍用户，最终伤害的还是企业自身利益。

售后客服，可谓商家完成对消费者服务的“最后一公里”。在这里松懈、不再保证服务质量，最终结果就是失去与消费者的联系纽带，这绝非危言耸听。正如一位网友评论所说：“如果商家总是一味追求金钱而不顾客户的反馈和售后服务，离关门也不远了。”客服不为消费者考虑、不解决问题，最终丧失信用，苦果还是企业埋单。

中消协公布的消费者投诉数据显示，2018年售后服务问题位居全国消协组织受理投诉首位，互联网服务在服务大类投诉中排名第三。监管部门应依法处理侵害消费者权益的案例，还消费者一个风清气正的网络购物环境。同时，消费者也要敢于主动维权，遇到客服不负责任时“硬核”投诉，让“忽悠之术”无所遁形，现于阳光之下。

# 空军军医大学第三附属医院(口腔医院) 招聘公告



空军军医大学第三附属医院(口腔医院)原为第四军医大学口腔医院(口腔医学院),始建于1935年,是一家集医疗、教学、科研为一体的三级甲等医院。

医院按照国家“双一流”、军队“双重”建设标准,着眼学科长远发展、整体效应、梯队建设,努力打造一支政治合格、业务精湛、善于管理、乐于奉献的高素质学科带头人队伍。为了给实现“国际名院”建设目标提供强有力的人才支撑,特公开诚聘英才主任、副主任。

## 一、招聘岗位

下列科主任、副主任:门诊部、急诊与综合临床科、牙体牙髓病科、口腔牙周病科、口腔粘膜病科、儿童口腔科、颌面创伤科、颌面肿瘤科、颌面整形科、口腔外科、麻醉科、可摘义齿修复科、固定义齿修复科、口腔修复美容科、口腔修复工艺科、口腔正畸科、口腔预防科、口腔种植科、口腔特诊科、医疗康复科、检验科、药剂科、器材设备科、信息科、卫生经济管理科、疾病预防控制科、口腔内科学教研室、口腔颌面外科学教研室、口腔修复学教研室、口腔解剖生理学教研室、口腔组织病理学教研室、口腔生物材料学教研室、口腔临床诊断学教研室、军事口腔医学国家重点实验室(副主任)、国家口腔疾病临床医学研究中心、质量管理科。

## 二、招聘对象

从符合条件的校内外相关专业技术领域的技术干部、文职人员以及社会优秀人才中公开择优选拔。

## 三、招聘条件

从政治合格、思想过硬、品德良好、业务精湛、管理能力强的专业技术人才中选拔,有留学经历者优先。

(一)政治素质高。能够认真贯彻党中央和中央军委指示精神,坚决落实空军、学校党委决策部署,自觉增强“四个意识”,做到“两个维护”,听指挥、守纪律、讲规矩,执行上级决策指示坚决有力。

(二)管理能力强。坚持事业为重,善于团结、勇于担当、精于

谋划、敢于创新,具有较强的管理能力和组织协作能力。

## (三)业务条件

主任人选条件:

1.具备高级专业技术职务(含资格),具有硕士研究生及以上学历。其中,国家和军队重点学科(实验室)主任,应具备正高级专业技术职务(含资格),具有博士研究生学历,在本专业领域具有较高的知名度和学术影响力。

2.近五年,以第一负责人承担军队级以上科研课题,或者以前三完成人获得军队(省部级)级以上成果奖励,或者以第一(通讯)作者发表高水平论文。其中,国家和军队重点学科(实验室)主任,应当以第一负责人承担国家、军队科研课题,或者以第一完成人获得军队(省部级)二等奖以上成果奖励,或者以第一(通讯)作者在国外本专业杂志上发表过IF≥5的论文2篇以上。

副主任人选条件:

1.具备高级专业技术职务(含资格),具有硕士研究生及以上学历,或中级专业技术职务,具有博士研究生学历,工作业绩突出。

2.近五年,以第一负责人承担过军队级以上科研课题,或者以前五完成人获得军队(省部级)级以上成果奖励,或者以第一(通讯)作者发表高水平论文。其中,国家和军队重点学科(实验室)副主任,应当以第一负责人承担国家、军队科研课题,或者以前三完成人获得军队(省部级)二等奖以上成果奖励,或者以第一(通讯)作者在国外本专业杂志上发表过IF≥3的论文。

## (四)年龄要求

主任人选:年龄一般不得超过53周岁(1965年12月31日及以后出生),对于德才特别突出、岗位确实需要、没有合适接替人选的可适当放宽,但不得超过55周岁(1963年12月31日及以后出生)。

副主任人选:年龄不得超过50周岁(1968年12月31日及以后

出生)。其中,设两名以上副主任的科室,至少要有一名副主任年龄不得超过40周岁(1978年12月31日及以后出生)。

## 四、聘期及待遇

科主任(副主任)实行岗位任期制,一个任期一般为3年,受聘的科主任(副主任)按照学校、医院关于科主任管理办法进行管理,享有科主任(副主任)的相应责权,以及其他福利待遇。

## 五、招聘程序

### (一)招聘时间安排

1.报名截止日期:2019年4月25日  
2.考查审核阶段:2019年5月上旬前  
3.竞聘答辩阶段:2019年5月中旬-6月底

### (二)拟参加竞聘对象提交材料

1.《科室主任竞聘申请表》纸质版及电子版(含一寸免冠照片电子版);  
2.业绩证明材料(A4纸装订,Word、PDF格式电子版各一份);  
3.依据学校《专业技术人才分类考核评价体系》(2018版)并进行自我评价打分(在相应项目中建立证明材料超链接)。

## 六、联系方式

通讯地址:陕西省西安市长乐西路145号空军军医大学第三附属医院(口腔医院)政治工作处干部办  
邮政编码:710032  
联系人:黄强杰 杜美娟 忽晨笛  
电话:0086-029-84776349(地)  
《科室主任竞聘申请表》、业绩证明材料请到医院官方网站http://kqwww.fimmu.edu.cn/下载。

空军军医大学第三附属医院(口腔医院)  
2019年4月17日