

三农聚焦

党建引领书写社区治理新答卷

——房县城关镇小西关社区“三官五长”工作法(试点)观察

特约记者柯勇 通讯员王艳 余小娟

“八个大盖帽管不了一个破草帽”，曾是“基层治理难、基层难治理”的一个缩影。2019年以来，房县城关镇坚持党建引领，共建共享，以人文本，从“共建”入手，从“共享”落脚，在小西关社区试点探索出“三官”巡村、“五长”治城的治理路径，将社区党建与社区治理同步推进，通过加强队伍建设和便民赋能下推，推进扁平化管理，建强“红色堡垒”，打造“红色阵地”，激活党建引领新活力，书写社区治理新答卷。

出“卷”

巩固“三官”巡村体系

“要不了”镇官、警官、村官；及时了解到位，这两兄弟将会由家人变成仇人。“小西关社区党组织书记张为民感慨地说。原来，社区居民王某因房屋边界问题，与哥哥多次发生纠纷，“三官”闻讯即对方当事人进行理说，说法教育，及时平息了事态。

坚持“三官”（镇官、警官、村官）巡村，弘扬干部去官气，习气、接地气，在巡村中办中拉家常、解难事，用脚底板拉近了与群众之间的距离。坚持“三巡”（遍巡、例巡、特巡）全覆盖。年初、年中、年末等重要时段“遍巡”，摸基本情况；每月“例巡”，定向服务解难题；雨雪天气等地质灾害多发期“特巡”，现场排除安全隐患。坚持“五访五问”（访贫困户、低保户、同乡会冷暧；访上访户、意见户、同事情原委；访产业大户，问发展现状；访返乡农民工、刑释解教人员，问就业情况；访老弱病残，问发展需求）摸民情。做到“四知”（即知被访农户家庭情况、社会关系、经济收入和突出困难）、“四有”（有巡查问题、有巡查内容、有突出问题、有解决措施）。

针对“巡村”中收集的问题，逐一建立台账，采取“三审”（问审、会审、复审）办法，使问题在一线得到解决，做到小事不出村（社区）、大事不出镇。问审，即向群众问事、所需、所盼，实行首问负责制，承诺解决期限；会审，即分析研究解决问题的办法，由巡村

（社区）专责负责解决落实到位；复诊，即回访，看问题是否解决彻底，群众是否满意，坚持做到问题不解决不销号，群众不满意不罢休。

构建基层治理体系，提升社区治理能力，让干部真真切切迈开步子，俯下身走进社区、走近群众，这是一份实实在在的答卷。在小西关社区，“三官”巡村已是一种“挂帅”的制度，在每个治理网格和各项日常治理事务中，“镇官、警官、村官”各司其职、统筹协调，形成工作合力。各社区均设立公示牌，张贴联系方式和工作职责，定期反馈“三官”巡村问题解决情况。

答“卷”

实行“五长”工作机制

“没想到前一晚在微信里把楼灯打不亮的情况告知了楼长，第二天回家就看到灯亮了，效率真是高。”在小西关社区祥安小区住了一年的袁敏感慨地说。小诉求及时得到解决，让心里暖暖的。

基层治理，关键在人。面对基层千家万户、千头万绪、千难万重，首先要有一支过硬的治理队伍。小西关社区在辖区选聘好“五长”（河沟长、街长、巷长、党小组长、户（院）长）人员，建立健全河（沟）长管理体系，做好生态治理“责任人”；强化街长责任落实，做好五城联创“代言人”；发挥党小组长优势，做好和谐稳定“贴心人”；推行党小组长走访，做好社情民意“牵线人”；坚持户（院）长引导，做好四好建设“引路人”的“任务书”“路线图”。

小西关社区以“五长”工作机制为依托，“定人、定责、定点”细化工作职责和目标任务，按部就班，就各岗位开展工作；引导居民民主自治，制定自治章程和公约，大事大家商量着办，让居民在社区建设和治理中唱主角；整合辖区内外机合优势，经济组织、社会组织等力量，发挥各主体职能和优势，共同做好社区建设和治理工作；弘扬志

愿服务精神，搭建平台吸引行业人才、专业人才、热心人士参与到志愿服务中，营造基层治理事事有人管、人人能干事的良好局面；推进网格化管理，每个网格明确一名网格员，网格员负责线上及时收集居民呼声，线下高效处置群众诉求；分层级建立党组织和网格化管理微信群或QQ群，实现“人在网中走、事在网中办，网络全覆盖、服务零距离”。小西关社区把辖区划分成14个治理网格，选聘了7名网格员、2名面长、1名警长、7名党小组长、40名楼栋长。

阅“卷”

发挥“一核多元”作用

“随着经济的迅速发展，城市化进程的不断加快，人口的不断增多，单靠社区党组织十来个个人，根本无法满足社区居民的日常服务需求，社区必须转变工作方式，由管理到治理，加强多元融合，激发多元主体参与社区建设的内生动力。才能实现治理强起来、服务优起来、居民乐起来。”城关镇党委书记林会国对加强社区党建有着自己深刻的认识。

随着更多的“单位人”转变为“社区人”，社区治理需要更加多元。小西关社区坚持“党建引领、区域联动、共治共享”，建立健全“社区大党委（总支部）——网格支部——楼栋党小组——党员中心户”组织架构，深化“三官”巡村、“五长”治城工作机制，构建“一核多元、合作共治”治理格局，努力解决社区需求及群众诉求。同时，聚焦群众关注的教育、医疗、环境、安全等重点问题，通过着力抓好社区设施建设、文体公益活动开展、社会组织培育、环境卫生治理、特困群体帮扶等社区惠民项目工程落实，推进和谐社区建设。

“以党建带群建，以群建促发展。”小西关社区切实发挥社区“大党委”主力军作用，建立由党委牵头、辖区单位企业党组织参与的“以党建带群建”机制，党员教育共管、弱势群体共帮、和谐社区共创”为主要工作内容的社区党建工作联席会议制度。该社区与5个机关企事业单位、2个“两新”组织结对共建，选任社区兼职委员9名，开展需求双向对接、项目双向认领，签订共商结对共建责任（协议）书5份；2019年9月26日，祥安小区党支部正式成立，18名小区党员和3名“双报到”党员，吹响了引领小区治理的“冲锋号”；制定相应的选举细则，选举成立7个住户委员会和住户监督委员会，为协调纠纷、解决矛盾起到一定作用。目前，该社区已打造6个志愿服务小组共计200多人的志愿者队伍，形成“党建引领、群团助力”良好格局。截至目前，已组织开展政策理论宣讲、居民健康义诊、人居环境治理、孝老爱亲、关爱留守儿童等各项志愿服务活动30余场次，服务群众2000余人。今年5月16日，由城关镇党委和社区一起打造的政治生活馆正式面向公众开放，这是全镇首个以“不忘初心”为主题的政教生活馆。自开馆以来，已接待全镇党员干部职工超过1000人次。

“社区吹哨”、“三官五长”报到。在新冠肺炎疫情防控阻击战中，小西关社区“三官”坚守岗位，积极应对，“五长”主动担当，积极作为，冲锋在前筑起第一道防线。社区对“三官五长”力量进行整合，由原来的“巡访”管理模式变为“抗疫先锋队”，根据职责分工、包干区域对号入座，即时行动，交叉空白区域及时调整充实力量。大家心往一处想、劲往一处使，共建共治共享在社区防控中得到充分体现。仅疫情期间，开展“敲门行动”4次，走访1113户3669人，其中从武汉返乡及武汉中转入人员181人，密切接触者人员424人，实现走访摸排全覆盖；慰问119户六类困难群众，其中30户是外来流动人口或留守儿童社区的外来人员。

城关镇就是引领，旗帜就是方向。如今，房县城关镇小西关社区组织有活力，党员富有朝气，居民得实惠，居民的“操心事、烦心事、揪心事”，一件一件正在逐渐被解决。

张跃：深山发“羊财”

通讯员党时轩 徐超然



5月25日，笔者坐在竹山县官渡镇中场村张跃的摩托车上，向大山深处驶去，路上不时有村民与张跃打招呼：“又到羊沟了？这路不好走，要过细柳。”山风清凉，好一通凉爽，我们才来到5公里外的羊沟九。羊沟九本是一个无名山沟，后来张跃在这里养羊发了财，村民们就把这条无名山沟叫羊沟九了。

张跃今年47岁，是中场村的脱贫能人。2017年妻子突发大病把家底拖成了贫困户，但张跃短短两年就顺利脱贫。中場村山大人稀，广袤的山场就是天然的牧场。张跃小时候就经常跟着父亲上山放羊，“铃儿一响羊进山，咩咩一声羊出栏”的原生态养殖方式，却是中場村发展养羊业的传统。

2018年，张跃千方百计筹措资金，购买了30只羊羔、10头猪仔，又对羊沟九一处废弃羊圈进行修葺，开始了他的“羊信儿”生涯。

2018年末，生肉价格持续走高，张跃当年陆续出栏山羊10只、生猪5头，赚了2万多元。第二年，张跃通过繁育加外购，羊群队伍壮大到70只，生猪规模扩大到30头，全年养羊收入达6万多元。

“搞养殖风险很多，价格不行要亏本，防疫不行要破产。”有了两年多的养殖经验，张跃的胆子越来越小了，他也更加相信科学的力量。他让女儿在网上下载了不少养殖类的科普视频，有空就在家里的播放学习先进养殖技术。为了给山羊补充钙、磷、锌等微量元素，他购买了“羊舔砖”挂在羊圈里。

2019年，张跃夫妇在稳定发展养羊业的同时，又流转土地25亩种植柑橘，家里种羊产业齐头并进，年收入10万元以上。到了年底，张跃还买了一台小轿车。张跃的妻子尹淑说：“挣钱就是为了过好日子，现在家里有车、有房，我们很知足。”

个人感言：实现脱贫致富奔小康，必须立足当地资源，开对“药方子”，发展好产业，才能拔掉“穷根子”，过上好日子。



宋化强：多元经营奔小康

通讯员于殿宏 刘晨阳

初夏正是果园管护的好时节。一大早，丹江口市习家店镇文口村村民宋化强就来到自家果园里，对黄桃进行疏果，把弱小、有病害、长相不好的一摘掉，保证黄桃有“品相”。前几年村里年轻人大多选择外出务工时，宋化强却选择留守，靠着自己敏锐的眼光、灵活的头脑，用勤劳的双手摸索出一条多业发展的路子。

今年33岁的宋化强发展思路活、脑子转得快的优势，前几年在种植柑桔的同时，还发展了20多亩黄桃。2015年，随着环库公路通车，游人在公路沿线拍照游玩、徒步旅行，以前一天见不到几个人的村子，逐渐热闹起来，这让宋化强看到了商机，利用自家房屋开办起了农家乐。他告诉笔者：“之前我主要收入靠销售柑桔、黄桃，自从环库路开通后，人流量增多，我就决定开农家乐增加一份收入。”

宋化强因势制宜把乡村游和农家乐结合起来，让游客品尝农家菜的同时，还安排果园采摘新鲜水果，充分体验田园游、农家乐两不误，又解决了水果销售渠道。就这样，宋化强能种植果树、开办农家乐等多元经营，于2016年成功脱贫。

今年，宋化强计划多买些小鸡，放在桃园中，再建一个鱼塘放养一些库区特色鱼，让游客品尝到更为丰富的“农家味”。

五台乡 “六个一”提升村级治理能力

本报讯 通讯员马智敏报道：近年来，房县五台乡按照“抓两头带中间”思路，科学落实“六个一”措施，扎实推进各村党支部治理能力提升。

摸清一个底子。乡党委书记带队逐村摸排各村现状，通过个别访谈、征求普通党员意见等方式全面掌握村“两委”班子个人表现、集体凝聚力和战斗力、工作中的问题与短板等情况，并针对发现问题制定整改措施。

举办一场培训。结合新时代、新形势要求，通过培训着力提升村干部学习能力、统筹能力、团结能力、办实事能力、管理队伍能力、群众工作能力、应对风险能力和自律能力。整顿一个后进支部。对排查出的班子弱、风险大的问题进行集中整治；对年龄偏大、组织协调能力不足的村党支部书记进行调整，明确一名公职人员到村任职；对村副职干部采取工作硬考核、硬兑现的方法传导压力，增强工作紧迫感与责任感。

筹措一批办实事资金。围绕村委会建设提升、村集体经济壮大、美丽乡村建设等实事，筹措400万元用于相关村办好事办实事。

整治出一个好环境。把“四好”创建（住上好房子、过上好日子、养成好习惯、形成好风气）贯穿到人居环境整治、乡村振兴等一系列工作中，有效促进乡村环境大改观。

推行一条工作到户机制。借鉴疫情防控联防联控和精准扶贫工作成功经验，全乡各村除落实扶干到户帮扶到户措施外，各村所有农户划分成网格，所有驻村领导、工作队干部和村“两委”干部全部实行工作到户，联系网格内所有农户，有效提升了新时代村级治理能力。

蒋家堰镇

药博园助力贫困户就近就业

本报讯 特约记者付延峰 通讯员董政报道：6月31日一大早，竹溪县蒋家堰镇曼角园中草药博览园基地内，几十名工人有的忙着给白芷除草，有的忙着栽种……

以前，这里是撂荒地，如今建起面积近2500余亩的曼角园中草药博览园，种植有白芷、虎杖、金银花等中草药150余种。这给周边贫困户带来福音，曼角园村三组村民赵功今年56岁，家中只有他和老伴两人，两个女儿都嫁出去了，他和老伴如今每天都到基地务工。我们在这里干活离家近，每天能赚百来元钱，能自给自足，就不给子女添麻烦。”赵功美笑着说。

据了解，曼角园中草药博览园由兴绿专业合作社打造而成。自成立以来通过土地流转和生产劳务，已结算土地流转和生产劳务费共170余万元，带动本地农户495户2518人增收，其中贫困户116户406人。目前，基地有20多名有劳动能力的贫困户干长期工，合作社按月支付劳动报酬，让贫困户尝到了家门口增收致富的实惠。

药博园负责人贾升涛介绍说，为进一步发挥中药材种植基地整体优势，药博园计划建成中药材种植示范区、野生仿种植物园、水生药材种植园、珍稀名贵药材种植园、竹溪中药材、药食同源区、名贵水本种植区、百草园等区，最终打造成集科研、教学、生态旅游观光于一体的综合性博览园。

近年来，农产品电商成长的故事很多。新冠肺炎疫情期间，电商作用更加凸显，例如有关这样题目的报道：电商为滞销农产品插上翅膀。但也可以看到电商报告，说了农产品电商一大堆问题，并且列出了2019年农产品电商十大问题。

农产品电商，成有成的规律，败有败的道理。成败之别，就在于这些规律和道理。在本质上，农产品电商，无非是利用互联网技术，销售农产品。同传统的销售方式比较，农产品电商有更多的便利和可能，但也并不能超越农产品营销的基本规律。

从生产者的角度看，农产品电商最有用的功能就是信息传播：速度快，覆盖面广，信息量大，图文并茂，有的还有视频。对于生产者来说，传播农产品信息，就是寻找消费市场。很多农产品生产，季节性很强，或者产地偏僻，不是没有市场需要，而是消费者不知道。卖不出去就卖不出去，后来通过微信朋友圈发布信息，几天就卖出了几千斤……

从消费者的角度看，农产品电商最大的用途之处，除了更容易地获取产品信息之外，还有两个好处：一是便利，动几下手指，产品就可以送到手；对于上班族来说，特别是年轻的白领，非常需要这种便利，哪怕是支付的价格更高一些。二是可追溯，尤其是通过网



发展农产品电商需要注意什么？

与生产者直接对接，对质量和安全性更放心。哪怕是第一次购买，也可以看到别人的点评，有所参照。

不过，尽管农产品电商有这些优势，但也不是所有的农产品都能搭上电商的超跑。关键看产品。对于一些农产品来说，电商是超跑，有帮手；对于另一些产品来说，电商是双轮超跑，助力并不小。

农产品品类众多，如何判断哪些产品适合发展电商，哪些不适合呢？其中的影响因素可能很多，但最重要的因素，可能就是一：可运输性。

农产品的可运输性，主要取决于两个因素：一是运输成本，二是运输质量损失。这两点影响到产品消费价格和质量。而价格和质量，最终决定了消费者的购买行为。

比较复杂的，是初级农产品。农产品电商的门槛，都是在这里。初级农产品，例如水果、蔬菜、海鲜蟹等，可运输性总体较差，运输的成本较高，无论是按照重量计算还是按照价值计算；对运输条件的要求高，水产还需要全程冷链，包装费和加费复杂；产品更容易受损，包括物理损伤和生物化学损伤；货架期很短，通常以天计……这些都是F2F方式，则运输费用较低，只有那些很稀缺、替代性低而很受欢迎的产品，才可能以高价盈利，例如某些高档水果和农产品。

而像西瓜、叶菜这样的普通产品，就难以利用网络进行大众化销售。

另一类农产品电商，不是F2F类型的，而是专门的企业电商。其特点是消费者线上预定支付，商家同线下配送。生鲜产品，是消费者日常购买最多的商品，尤其是蔬菜水果，通常两三天就要购买一次。因此，很多电商投资者很看好生鲜食品的电商业态。可惜，前这破产关闭的电商，大都是这一类的。这类电商最大的问题是同紧俏消费者的实体店生鲜店竞争，并没有成本和价格优势，也难以像实体店生鲜小卖部那样，建立起消费者的忠诚度。

在一定的销售半径内，消费者的购买容量大体固定，新出现的电商要实现盈利生存，需要同现有的实体店中竞争大量消费者，而这很难的。因为现有的实体店，通常都是大搞清炒，经过千锤百炼同行竞争所留下来的结果。电商产品品种有限，价格又高，唯一优势就是送货上门。而愿意花高价享受便利的消费者，毕竟是很少数。大部分普通消费者，还是宁愿走几步路，到附近的生鲜小店去挑拣食品，价格和品质都称心如意的产品。

（转自中国农村网）