

金华:

# 坚持发展“枫桥经验” 打造人民调解“金字招牌”

通讯员 郑晴 李金 本报记者 江胜忠

2020年以来,金华市司法局坚持发展新时代“枫桥经验”,对标对表“重要窗口”的新目标新定位,积极打造人民调解工作“金字招牌”。

## 夯实三级组织网络

金华不断建立完善调解组织网络,形成县、乡、村矛盾纠纷快速调处化解三层架构。按照“资源整合、业务协同、部门联动、能整尽整”原则,分类推进县级人民调解委员会,医疗事故、道路交通、劳动争议、物业管理等重点行业性专业性调解组织入驻县级矛调中心。目前全市共入驻县级人民调解委员会9个,行业性专业性调解组织41个。截至去年12月底,各地矛调中心共受理调处矛盾纠纷2.27余万件,化解率达94.50%。

同时,实施司法所建设“固本强基三年行动计划”,在全市147个乡镇(街道)各配备2名以上专职调解员。兰溪市司法局永昌司法所、东阳市司法局横店司法所、义乌市司法局上溪司法所、武义市司法局壶山司法所、磐安市司法局尖山司法所成功入选浙江首批“枫桥式”司法所。

金华还依托全市4540个人民调解组织和15800余名基层调解员,定期开展社会矛盾纠纷排查,通过入村、入企、入户等方式,对重点区域、重点行业、重点人群矛盾纠纷逐一排查梳理,逐一登记化解。2020年以来,全市累计调解成功矛盾纠纷29761件,调解成功率为99.78%,疑难复杂案件1701件。

## 擦亮特色调解品牌

根据全省人民调解工作标准化指引,金华积极打造县域特色调解品牌,先后推出婺城版“多模式”联合调、金东

版“综合体”专业调、兰溪版“巡回队”上门调等十大具有当地特色的纠纷调处模式和做法。特别是义乌“以外调外”模式,让外国“老娘舅”参与“中国式”矛盾纠纷解决,展现中国治理优势。相关内容在央视《新闻联播》播出后,引起国内外媒体广泛关注。

“龙山经验”是金华推进基层社会治理创新的一项本土经验。近年来,金华不断深化推广“龙山经验”都市版,全面推进解纷端口前移、工作力量前倾、调解方式前置的“三前”工作法,成果持续扩大。兰溪市依托矛调中心,整合创建的“和合”兰调工坊被各大媒体宣传报道。

金华司法局相关负责人介绍,金华还全面提升调解品牌工作室和规上企业调解组织覆盖面,积极打造具有各地特色的“团队型”人民调解品牌工作室。截至目前,全市已建立个人品牌调解工作室157个,实现所有乡镇(街道)全覆盖。东阳的“老方”、婺城的“宋大姐”、浦江的“张小光”、义乌的“龚景永”等一批以个人命名的调解品牌在当地已具有较大知名度和影响力。同时司法局指导相关部门以“乡镇(街道)调解委员会成员+企业相关负责人+安全生产管理员”“园区管委会网格员+企业工会主席”“调委会派驻规上企业调解室”等多种模式成立规上企业调解组织,通过个体型、商会型、园区型、乡镇型4种方式,共建立商会、规上企业人民调解组织1350个,覆盖面达到90%以上,努力实现纠纷不出企。

## 构建与“三大员”融合矩阵

通过抓制度促规范,金华不断整合队伍、实施分类指



导、强化考核奖惩,构建“五方矩阵”,全面打造矛盾纠纷化解闭环链条。“五方矩阵”指构建人民调解与“三大员”融合矩阵、构建人民调解与社会组织配合矩阵、构建人民调解与公安110处警接力矩阵、构建人民调解与专业人才支持矩阵、构建人民调解与媒体力量互动矩阵。

当地积极推动基层网格员、民情民访代办员和驻企业服务员“三大员”与人民调解员进行适度的队伍重合、职能整合、服务融合,利用三支队伍不同的服务平台,深入排查各类矛盾纠纷和苗头隐患,从不同维度掌握各种矛盾纠纷情况动态。依托3386个县、乡、村三级民情民访代办中心(站、室)、12380名代办员,金华构建起“群众点单、专人代办”的新型矛盾纠纷化解渠道,让群众办事、矛盾纠纷化解坐上直通车。

金华还创新推出纠纷类警情“一警情三推送”工作机制。该机制以矛盾纠纷彻底化解为目标,打通“公安110接处警平台”与“基层治理四平台”,通过建立健全矛盾纠纷警情现场联动化解、中期跟踪化解和后期合力化解“三推送”机制,形成强大化解合力,有效破解了“民转刑”案件多发难题。全市各地人民调解组织与当地“110”处警平台无缝对接,全力做好“一警情三推送”工作的后半篇文章,全面形成基层矛盾纠纷快速调处化解的闭环链条,真正实现适合调解的警情纠纷进得来、接得了、调得掉。

# 社区团购,“退烧”后咋办?

《人民日报海外版》林子涵 金晨

低价倾销、垄断协议、虚假宣传……为规范社区团购发展,国家市场监管总局联合商务部日前召开规范社区团购秩序行政指导会,要求互联网平台企业严格遵守“九个不得”新规。专家指出,“野蛮发展”的热潮过后,社区团购应摒弃烧钱补贴、圈地竞争的老路子,把握调整升级、持续发展的新机遇。

## 低价团购有隐忧

“0元可以领8枚鸡蛋;买2斤橘子只要2块钱。”小陈最近经不住小区里社区团购“团长”的反复推荐,打开了某互联网平台的社区团购小程序,结算时的低价让他连连惊呼。

凭借低价、便捷的优势,社区团购平台在社区居民中迅速获客,这门“买菜生意”也成为资本竞相追捧的“顶流”。受快递物流成本下降和防疫期间线上消费的助推,多家社区团购创业公司获得高额估值与多轮融资;数家大型互联网企业纷纷宣布成立社区团购项目团队,社区生鲜零售一时间成为热门赛道。

迅速火热的新业态也引来多种争议。“团购买菜便宜,但都是‘烧钱’烧出来的,只有大平台能这么做。”家住南方县城的小梁近期在考虑是否要成为互联网巨头旗下社区团购的“团长”,但提成补贴的可持续性让他担忧。“大平台的补贴总是一开始高,用户多了,补贴就降下去了。”

此外,虚假宣传、非法收集个人信息等生活服务类应用软件的老问题,也在社区团购平台上再次暴露。近期,有不少用户表示,部分社区团购平台难以做到生鲜及时派送,却在商业页面宣传“当日送达”“次日送达”;更有部分社区团购平台要求用户开启手机存储权限才能正常使用,在未作告知的情况下,下载并储存团购宣传海报,读取用户信息。

## 烧钱竞争不可持续

社区团购平台打出的“低价牌”不但给消费者带来困扰,还触动了零售产业的上下游环节。有多家粮油

食品企业发布通知称,在社区团购平台上,其企业商品被以远低于零售价甚至出厂价的价格销售。多家企业要求,经销商如未经授权,禁止为“严重低价”的社区团购平台供货。

作为日常生活中高频的消费场景,生鲜市场成为各大平台烧钱竞争的主战场。“互联网平台都在‘抢流量’,但近年来消费者业务流量增长的瓶颈越来越凸显。”中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉接受本报记者采访时表示,生鲜电商目前市场渗透率不到5%,成为社区团购“引流”的新入口。为了开拓新市场,不少原先没有生鲜电商“基因”的企业也要抢占社区团购业务。

随着社区团购快速升温,行业竞争逐渐升级。部分大平台通过投资入股、模式复制的方式“强势入场”,抢占社区团购消费市场,让部分中小团购创业企业感到压力,更让一些依赖社区固定客流的菜商小贩失去了生存空间,由此带来的不良影响甚至可能累及菜农和养殖户。

“这种发展模式是不可持续的。”欧阳日辉指出,现在电子商务发展模式有一个弊端,就是通过补贴烧钱、获取流量形成垄断,赚取垄断利润。“这种发展模式不利于互联网平台的健康发展,也对社会资源造成一定浪费。”

## 新规出台强化监管

针对当前社区团购存在的诸多问题,国家市场监管总局日前联合商务部推出“九个不得”新规,明确要求互联网平台企业不得通过低价倾销、达成垄断协议、掠夺性定价等危害公平竞争市场环境,不得利用数据



优势“杀熟”、不得非法收集消费者个人信息,损害消费者合法权益等。

新规定的出台,既是对社区团购规范经营发出提醒,也是对相关电商市场的持续发展提出要求。业内人士表示,“九个不得”总体而言是对社区团购的规范,对于整个社区团购行业避免恶性竞争具有积极意义,也相当于给出了社区团购的正面出口。

在监管方面,“九个不得”新规让相关部门监管工作有了更具体的指引和依据。有专家指出,相关部门要细化落实“九个不得”政策,提高针对性,防止违规“烧钱”补贴等违反市场规则的行为,同时要加快推动社区团购标准的建立,更好促进社区团购市场健康发展。

“社区团购商业模式经过多年的发展逐渐成熟,分工越来越细化,产业图谱也变得越来越清晰。”欧阳日辉认为,社区团购须回到“品质优先”的道路上,通过提供优质的商品和服务为消费者带来更好的购物体验。

与此同时,平台方还应尽快建立社区团购专门的供应链体系和“团长”代理人的管理体系,高效把控产业链条中的各个环节,避免形成恶意垄断和无序竞争的局面。“社区团购必须满足老百姓对美好生活、品质生活的需求,真正做到可持续发展。”欧阳日辉说。