

乡村合伙人打开创业新天地

孙维国

黄其健、胡俊明、季学超，是安徽省怀宁县平山镇亿乡粮油食品有限公司三名“90后”返乡创业的大学生。从各自在外地“单打独斗”到农村共同创业，将家乡的菜籽油、大米等农产品，通过深加工线上线销售到全国各地，三位年轻人不仅实现了自己的创业梦，也带动了乡亲们增收。

(11月18日《安庆晚报》)



图片来源于网络

当下，返乡创业呈现出“合伙化”“团队化”“产业化”趋势，这种以青年为核心的抱团创业模式，被称为乡村版“中国合伙人”。把乡村版“中国合伙人”当作一种可复制的组织创新来看待，对推动乡村振兴、稳住粮食安全、夯实共同富裕基础具有重要现实意义。

一个人的力量毕竟有限，单打独斗往往难以同时兼顾生产、加工、销售与品牌建设，抱团创业的最大优势是能够放大资源配置的效率。合伙模式通过分工互补，把种植端、加工端、营销端有机连接起来，形成从田间到餐桌的闭环。青年人带回来的市场意识、数字技能和外部人脉，与本地土地、劳动力、原料互为补充，迅速将分散的小规模生产转变为可规模化运作的产业单元，从而实现资源的“乘数效应”。

农产品要脱颖而出，不仅要有地理与资源优势，更需通过深加工、标准化与品牌叙事来提升附加值。抱团创业在这些方面也具有显著优势，团队化经营有利于在生产流程中落实质量控制、溯源体系与诚信承诺，推进质量与品牌的可持续建设，通过一致的

品质与故事把产品推向中高端市场，从而摆脱“原材料低价出售”的困局，真正把乡愁资源变成持续的经济收益。

新媒体与电商降低了市场准入门槛，使得优质的乡村产品能够触达全国消费者。正所谓“一个篱笆三个桩，一个好汉三个帮”。合伙人中既有懂技术的推广者，也有负责线下联结的经营者，抱团合力能在短时间内验证市场、快速迭代产品、形成口碑。这里面的关键，是把“直播热”转为长期的渠道策略，而非短期促销，把单次成交转为黏性客户与品牌信任。

年轻人返乡创业需要支持，抱团创业更需要鼓励和支持。合伙创业需要土地流转、加工用地、融资支持、税收激励与物流保障等制度性支撑。这就需要制度供给要与创业意愿相匹配，政府应把扶持重点从“单兵补贴”向“组织赋能”转变，简化企业落地流程、提供质量认证与品牌培育服务、搭建合作社与企业的对接平台、创新信用和保险工具以分担初期风险。同时，要鼓励龙头企业与金融机构参与，形成多方协同的生态体系。

合伙创业虽好，但也要防范组织化创业中的风险。在合伙创业时，应制定明确的章程与权责分配，建立透明的财务与利润分配机制，提前设计退出与纠纷解决通道。并在村级层面推动民主监督与群众参与，避免因小利导致信任破裂，影响乡村长期发展。

乡村版“中国合伙人”是一种以青年为纽带、以组织为载体、以市场为导向的乡村创业新模式，打开了返乡创业新天地。要把这一模式从个案变为常态，既要尊重市场选择，也要做好制度设计，把自下而上的创业创新同自上而下的公共服务有效衔接，让更多乡村版“中国合伙人”在“抱团创业”中走出高质量发展的新路子，为乡村振兴注入新活力、新动能。



期待更多的乡村版“中国合伙人”

艾才国

“聚是一团火，散是满天星”，同心协力的力量远胜孤军奋战。安庆市怀宁县的黄其健、胡俊明、季学超，用实际行动印证了这一点。三名“90后”大学生告别外地单打独斗的漂泊，返乡抱团创业、携手打拼，不仅圆了自己的青春创业梦，更带动乡亲们增收致富，他们就是妥妥的乡村版“中国合伙人”。

“乡土藏机遇，归雁振翅飞”，乡村振兴的大潮中，孕育着无限创业希望，更搭建起干事创业的广阔舞台。黄其健、胡俊明、季学超三人精准把握这份时代馈赠，读懂了乡土的潜在价值——这里有得天

独厚的农业资源，有乡亲们的真心支持，更有亟待开拓的市场蓝海。他们主动扎根故土、携手奋进，用抱团协作破解创业路上的道道难关，让青春梦想与乡村发展同频共振。这样的“归雁”越多、这样的“合伙人”越众，乡村振兴就越有底气、越有奔头。

“搭好创业大舞台，护航振兴新征程”，乡村版“中国合伙人”要从“独幕剧”变成遍地开花的“实景剧”，离不开全链条的精准支持与用心保障。各地要实打实拿出举措：完善乡村物流、网络等基础设施，让创业有“硬件支撑”；推出专

项补贴、低息贷款，破解“资金周转难”的痛点；对接农技专家、电商平台，补齐“技术与销路”的短板；优化住房、教育等配套服务，打消人才“后顾之忧”。唯有把舞台搭稳、把保障做足，才能让更多有志青年放心抱团返乡，让乡村版“中国合伙人”在乡野间越演越精彩。

“青春赴乡约，合力兴家园”，当越来越多的有志者抱团扎根乡土，以协作聚合力，以奋斗破难题，乡村振兴便有了源源不断的青春动能。愿这样的精彩剧情遍布乡野大地，让乡村版“中国合伙人”成为振兴路上最亮眼的风景。

手机套餐岂能“升级容易降级难”？

廖卫芳

手机套餐升级服务秒办结，退订降级却像“闯关”。近日，有消费者反映，想调低手机套餐档位，却遭遇无法线上办理、流程复杂、推诿拖延等问题，远不如升级套餐便捷。

(11月16日《经济日报》)

眼下，手机用户更换话费套餐是一件常有的事，有的想升级套餐，有的想降级套餐。按说，只要提出套餐变更申请，电信运营商就应予以办理。但事实上，虽然电信运营商推出了各种套餐，办理起来却是“冰火两重天”。如果用户想升级话费套餐，可以“秒办结”；相反，如果用户想降级话费套餐，则是像“闯关”，不是流程繁琐、办理时间冗长，就是设置障碍，遭遇推诿。

据中国消费者协会发布的报告显示，2024年电信服务类投诉同比增长99.1%，套餐降级难是消费者投诉的主要问题之一。可见，“升级容易降级难”已成为手机套餐更换面临的一个普遍问题。

其实，对于便捷手机套餐资费调整的要求早已有之。2022年，工信部发布《关于进一步规范电信服务有关事项的通知》，要求便捷业务变更和解除，确保无协议约定的用户在同等条件下自由选择在售业务或套餐，为套餐降档与升档提供同样的办理方式。这说明，“升级容易降级难”不仅涉嫌侵犯手机用户的知情权、选择权和公平交易权，而且还违背了自愿、平等、公平、诚实信用的民法基本原则。

解决手机套餐“升级容易降级难”，需要多方发力。一方面，相关主管部门应积极承担起监管的主体责任，既要加大对电信行业监管和治理力度，把相关文件规定落到实处，又要对话费套餐“升级容易降级难”的刁难行为予以必要的惩处，不妨通过约谈、列入“黑名单”、停业整顿等多种方式，让其既付出“诚信代价”，又付出“停业代价”，倒逼其切实做到“升级降级一个样”；另一方面，相关电信运营商也应强化社会责任意识，提升客户服务能力和质量，规范自身经营行为，对手机用户遭遇话费套餐“升级容易降级难”问题予以及时解决，更好满足手机用户不同消费需求。

此外，手机用户一旦遭遇手机套餐“升级容易降级难”，既要学会坚决说“不”，又要积极大胆地向主管部门投诉举报，以维护自身消费权益不受侵害。切忌“装哑巴”，任凭无良电信运营商“升级容易降级难”，助长其嚣张气焰。

唯有主管部门、电信运营商和手机用户三方联动，形成合力，才能有效化解手机套餐“升级容易降级难”问题，从而为广大手机用户营造一个自由、便捷、良性的话费套餐更换服务环境。