

政协桐城市委员会

社 情 民 意

2026年第 9期

桐城市政协办公室
桐城市政协调研室 编 印

2026年 8月 19日

【目录】

关于破解全市种粮大户“卖粮难”问题的建议

关于推动全市文旅产业发展的建议

关于发展相国桥沿线民宿餐饮的建议

微建议

关于整治全市中小学附近公共厕所淫秽、赌博等“小贴
士”的建议

关于破解全市种粮大户“卖粮难”问题的建议	领导批示
据市政协委员陈春秋反映：我市作为产粮大县（市），今年小麦种植面积达 14.1 万亩，种粮大户平均亩产约 365 公斤，总产逾 50 万吨。夏粮收购以来，部分种粮大户卖粮难问题突出，面临“增产不增收”的困局。一是市场行情走低，收购企业拒收问题突出。当前小麦价格稳中偏弱运行，据调查，我市今年小麦扣除杂质和水分后平均收购价约 115 元/50 公斤，已低于 2026 年最低收购价（保护价）119 元/50 公斤，价格仍呈下行趋势。部分收购企业因库容饱和、销售不畅，限收甚至拒收小麦，种粮大户被迫低价转卖，惠农政策大打折扣。二是开票存在堵点，粮食正常销售结算受阻。税务部门要求销售粮食开具农产品自产自销发票，但多数种粮大户不具备开票资质或操作能力不足。同时，收购旺季发票额度紧张，粮食收购季节集中、交易量大，发票额度限制影响结算效率，购销双方因发票问题产生纠纷，甚至出现“有粮卖不出、有钱付不了”的僵局。三是收储监管与产销对接存在短板，市场抗风险能力较弱。我市尚未设立最低收购价收购网点，政策托底作用未能有效释放；种粮大户与用粮企业间信息不对称，缺乏稳定的合作订单	

和产销对接平台，难以有效对冲市场波动风险。

为此建议：

一是强化收储监管，兜牢政策底线。积极对接上级部门，争取设立最低收购价收购网点，确保符合条件的粮食按政策收购，坚决守住“种粮卖得出”底线。严格落实《安徽省粮食管理暂行办法》，加大对压级压价、拒收限收等违规行为的查处力度，建立收购投诉快速响应机制，畅通种粮大户维权渠道。

二是优化税务服务，打通开票堵点。由税务、农业农村等部门牵头，建立跨部门信息共享机制，归集种粮主体土地承包、种植面积等核心信息并实现共享，简化申报审核流程，做到“数据多跑路、群众少跑腿”。对未办理工商登记的大户实行“容缺办理”，留存土地承包证明、过磅单据等材料即可开票；对已登记大户加强指导，辅导规范取得销售发票。创新发票额度管理模式，旺季集中调配、淡季动态留存，解决收购旺季发票额度短缺问题。探索反向开票模式，由收购企业反向开具收购发票，实现便民利企与规范监管双向兼顾。

三是深化产销对接，延长产业链条。推广“企业+合作社+大户”经营模式，引导种粮大户与加工企业建立长期稳定合作关系。发挥桐城邮政等平台作用，拓宽销售渠道。鼓励本地加工企业转型升级，有效扩大产能，提高粮食就地加工转化率，培育壮大粮食产业化龙头企业，带动种粮大户融入产业链条，形成一体化发展格局，增强抗风险能力，实现稳产增收良性循环。

关于推动全市文旅产业发展的建议

据市政协委员陈飞反映：近年来，我市依托六尺巷等资源推动文旅产业发展，2025 年接待游客 1083 万人次，收入 68.5 亿元，实现双增长。但景区“节日火爆、平日冷清”现象较为突出，消费持续性和普惠性不足，产业带动效应未充分释放。对标先发地区，主要短板有：一是宣传推介合力不足。各景点各自为战，宣传方式传统单一，缺乏系统性、持续性营销，难以形成规模效应和品牌影响力。二是研学资源整合不足。教育基地“点散面弱”，尚未串珠成链，本地及外地研学市场开发不足。三是商会桥梁作用不强。在外商会多聚焦工业招商，对我市文旅资源“走出去”和外地游客“引进来”的推动作用发挥不充分。四是特色产品开发不深。富锌大米、桐城老酒、桐城小花等农产品，缺乏统一的文化包装和套餐化设计，辨识度不高，难以形成消费标识。

为此建议：

一是做强宣传推介，扩大品牌影响。由市融媒体中心牵头，联合文旅、文联及属地政府，统筹线上线下宣传资源，创新运用微短剧、短视频等自媒体形式，在火车站商业中心等人流密集区域滚动播放文旅宣传片，并在党校等培训阵地

定时展播，形成“宣传+”叠加效应。策划推出主题营销活动，借势六尺巷文化IP，强化“嬉子桐话”“拾趣扬安”“雾聚茶谷”等特色风光的整体包装，提升我市文旅辨识度和美誉度，着力将“流量”转化为“留量”，将“过客”转变为“常客”。

二是做实研学基地，拓展客源市场。整合红色蒋潭、裁襟励子诚信教育基地、西郊公园动物园科普基地等研学资源，由文旅、教育部门牵头，将分散点位串点成线、连线成面，打造精品研学线路。坚持本地学生就近就地研学，同时主动对接周边地区教育管理部门及高校，吸引外地学生来桐开展红色教育、诚信教育、科普教育和艺术写生。

三是加强商会联动，做强推荐载体。由工商与文旅部门联动，推动成立桐城市文旅产业协会，构建“协会带商会、商会促协会”双向联动机制。鼓励在外商会积极对接所在地教育、文旅部门，广泛宣传桐城文旅资源，招引优质客商来桐投资文旅项目，组织更多外地游客来桐旅游、学生来桐研学，将商会从单一的“引资”平台拓展为“引资+引客”综合平台，实现内外互动、协同发力，为文旅产业发展注入持续活力。

四是做好产品套餐，提升消费体验。深度挖掘富锌大米、桐城老酒、桐城小花等特色农产品文化内涵，借鉴广德“炖锅奶茶桃酥三件套”经验，对代表性产品进行统一策划，打造具有桐城地域标识的“美食套餐”和“文化伴手礼”，形成“到桐城必品套餐、品套餐即知桐城”的消费认知。推动地理标识向地理产品转化，地理产品向文化品牌升华，以美食套餐带动文化大餐，以文化大餐促进美食套餐，实现产品提质、作品提炼、消费提档，真正将文旅资源优势转化为产业和消费优势。

关于发展相国桥沿线民宿餐饮的建议

据市政协委员徐洪建反映：近期，龙眠街道双溪村相国桥段河道治理及两岸景观提质改造项目全面完成，迅速成为我市新晋网红亲水点位，周末及暑期人流量持续走高。但调研发现，双溪村在引导村民发展民宿餐饮、赋能富民增收上仍存在突出短板：一是旅游配套设施滞后。沿线缺少规范农家乐、乡村民宿，大多数游客“来了就玩、玩了就走”，难以形成有效消费链条。二是闲置资源利用不足。相国桥周边村庄闲置大量农房，且具备改造条件，但不少村民缺乏创业思路，对乡村民宿、农家乐等扶持政策不了解、不会用。三是统筹规划不够到位。现有经营业态零散单一，缺乏统一规划，难以形成规模化乡村服务业态，整体竞争力不强。

为此建议：

一是激发创业热情。入户宣讲民宿、农家乐等扶持政策，引导沿线村民盘活闲置自建房，因地制宜发展特色民宿、农家土菜馆，实现就近增收。

二是降低创业门槛。提供证照办理咨询引导，在符合规划、安全、环保要求前提下简化审批流程；定期组织食品安全、客房运营、短视频营销等公益培训，提升村民经营能力。

三是突出本土特色。立足龙眠山水资源和桐城小花茶文化，引导经营主体主推本地山野时令食材；合理布局农特产品展销、乡村小吃、休闲露营等小微业态，构建“亲水游玩+农家餐饮+乡村住宿”文旅消费链条，避免同质化竞争。

四是完善基础设施。加快沿线停车场、公共厕所、垃圾收集点、安全警示标识等配套设施建设；常态化做好河道保洁与安全巡查，严守生态底线与游玩安全。

五是稳定引流客源。借助新媒体平台推广相国桥亲水景观，统一推介村内民宿餐饮资源；串联龙眠山、茶园、相国桥人文景观，打造短途乡村休闲旅游线路，持续稳定客流，推动村民经营收益。

微建议

关于整治全市中小学附近公共厕所淫秽、赌博等“小贴士”的建议。近年来，全市中小学周边公厕内，大量印有淫秽色情、网络赌博等推广内容的非法贴纸被恶意张贴于隔间、洗手台等隐蔽位置，内容低俗猎奇，极易扭曲未成年人正确价值观，且暗藏电信诈骗和扣费陷阱，部分学生因好奇扫码导致家庭隐私泄露甚至财产损失。为此建议，开展“小贴士”专项整治行动。环卫部门将校园周边公厕纳入重点保洁范围，增加巡查频次，及时清除并登记上报；公安部门开展专项整治行动，通过视频追踪、群众举报等手段依法从严追究张贴者法律责任，形成强力震慑；教育部门指导学校将识别抵制此类不良信息纳入日常教育内容，提高学生自我保护意识。（市政协委员 方文学）

委员反映的社情民意，领导如有批示，请及时
反馈市政协办公室。电话：0556-6121612。

抄送：市委、市政府主要领导、分管领导，市政协主席、副主席、秘书长。

政协桐城市委员会办公室

2026年 8月 19日印发
