

“声”入群众 “讲”到实处 凤桥镇创新“打开方式” 推动理论宣讲进万家

■记者 冯思家 通讯员 吴振宇

本报讯 “党的二十届三中全会强调完善高标准农田建设、验收、管护机制。健全保障耕地用于种植基本农作物管理体系……”日前，在南湖区凤桥镇星火村，宣讲员张燕林向村民宣讲会议精神。种植大户郑华军说：“今年水稻收成好，国家鼓励合作经营增强了我们种好粮的信心。”

今年初以来，凤桥镇通过“凤进新声”宣讲品牌，创新宣讲方式，打造教育场景和红色课程，推出鲜活微视频，用方言故事让群众乐听易懂，凝聚强大合力。

“101路公交车缩短了城乡的物理与心理距离。”在三星村，“凤进新声”宣讲员陆欣瑜以城乡融合案例激励青年党员投身乡村振兴。凤桥镇推出“共富101”研学路线，依托三星培训中心等，打造红色教育现场，让学生在沉浸式学习中领悟新时代新思想。

结合群众需求，凤桥镇联动文化特派员与文艺爱好者，将新思想融入文艺节目，创新开展多样活动，如“有礼七夕”“乡村音乐会”，创作出《移风易俗三句半》等作品，以生动说唱形式实现寓教于乐。

在三星村，凤桥镇举办了多场凤桃夜话活动，邀请多方为水蜜桃产业发展献策，通过学习贯彻活动，聚焦农业品牌、农文旅融合及民生话题，邀请专家、部门共商发展，推动乡村惠民实事落实。

在新民村兴善寺老街，“一里幸福的N次方”课堂开讲，村民老沈深受鼓舞，对未来发展充满信心。凤桥镇整合本地资源，推进“联小芦”“578好声音”“新民新说”等“一村一品”宣讲品牌建设，结合各类活动开展理论宣讲178次，以故事分享、心得交流等便捷方式传播理论。

“95后”宣讲员李梦婷结合党的二十届三中全会精神及自己的工作经历，原创微宣讲《深耕人文之美》，旨在用人文之美传播党的好声音，让文化与历史传承更有温度。

凤桥镇组建“凤进新声”宣讲队，成员涵盖党员、干部、模范等多领域50人，并建立多行业宣讲库，将新宣讲送至乡村振兴一线，全方位服务基层群众。

今年初以来，凤桥镇“量身定制”宣讲培训课程，创新开展了6场“理响凤桥”进基层宣讲培训，以通俗易懂、生动鲜活的方式让群众听得懂、记得牢。“我们建强队伍、拓展载体、量体裁衣，让宣讲‘接地气’‘有温度’。”凤桥镇相关负责人表示，接下来，全镇将积极创新宣讲方式、统筹宣讲力量、用好宣讲阵地，用新话语实现“潮”传播，推动基层理论宣讲动起来、火起来、热起来。

“不用挤菜市场、超市，就能买到新鲜又实惠的食材” 社区团购助力优质农产品进万家

■记者 谢梦骑

本报讯 昨天下午，“80后”家庭农场主顾卫军仔细地打包好农产品——从绿油油的蔬菜到金黄的玉米，每一样都散发着新鲜的气息。他满意地点了点头，驱车送往附近的社区团购提货点。前一天，这些农产品已通过社区团购的方式被下单。上午经过采摘打包，晚上就能走上市民的餐桌，变成一道道新鲜佳肴。

作为一种新兴的农产品零售模式，社区团购犹如一股清流，迅速渗透到人们的日常生活中。在南湖区，随处可见的团购群以及忙碌的提货点，都说明了这一模式的蓬勃发展趋势。

“光玉米我今天就配送了超200单，总重量超过400公斤，才2周左右我的玉米就快卖完了。”顾卫军表示，如今社区团购几乎占据了他农产品销售量的一半。得益于线上订单与线下快速配送的无缝对接，农产品社区团购模式让消费者明显体验到了“即时新鲜”的速度。

前一天，家住格兰上郡小区的居民周女士在小区的社区团购群浏览着顾卫军发送的团购商品菜单。她随即照抄上一家“接龙”格式，列出了所需要的蔬菜和水果清单。次日下午，她就到小区门口的提货点，取到了自己订购的货品。“不用挤菜市场、超市，就能买到新鲜又实惠的食材，真是省时又省力。”周女士说。

在提货点内，记者看到一袋袋打包好的农产品摆了一地。提货点负责人正忙碌地核对订单，准备将商品分发给各位顾客。该提货点负责人告诉记者，自从经营这个提货点以来，每天都能收到上百个订单，销售额持续增长。“刚开始，我们还担心这种新模式会不会不被接受，现在看来，这种担心完全是多余的。”负责人还告诉记者，“现在光是我们这个小区，就已经有了两个以上的提货点，足见大家对这种购物方式的喜爱。”

在余新镇的嘉兴市渔星稻米专业合作社办公室内，负责人蔡娅正紧张地处理着线上订单，同时指挥着工作人员进行大米分拣。她告诉记者，他们的社区团购群已经覆盖了镇上的多个

小区，每一拨水稻收割，订单量都在稳步增长。

合作社有自己的烘干机和大米加工设备，他们还建立了自己的仓储中心，对商品进行统一管理，特别适合于社区团购的模式，也降低了运营成本。蔡娅预测，以后的大米销售比例可能会越来越向社区团购倾斜。

社区团购对优质农产品销售的推动作用不容小觑。在嘉兴世合新农村开发有限公司的种植基地，公司副总章超群专注地审视着社区团购平台的发货数据。原来有机蔬菜在市场上价格偏高，销售情况一般，但自从与社区团购平台携手合作，回头客络绎不绝，销量也是节节攀升。“消费者之间的

口碑传播，加之价格的透明和品质的可靠，使得他们更加乐意选择我们的产品。”章超群说。

据了解，在南湖区，不少社区通过像“快团团”等社区团购平台开始对农产品供应商进行严格筛选，确保农产品的质量和安全性，从而建立起消费者对农产品的信任感。

而农户们也在逐渐意识到社区团购平台的影响力，他们开始积极借助这一平台打造自己的品牌，通过提供高品质、有特色的农产品来提升品牌知名度。随着品牌影响力的不断扩大，农产品的整体品质也得到了显著提升，农户们因此获得了更好的销售业绩和更广阔的发展空间。



金色禾城

昨天，在市区三塔路上，银杏树在阳光下发出金光，吸引路人驻足欣赏。
■摄影 记者 王嘉宁

南湖区总工会获评全国“八五”普法中期表现突出单位 “文艺+”普法让“法韵”深入南湖职工之心

■撰稿 祝琳 范裕婷 周明丽
图片由南湖区总工会提供

近日，司法部、全国普法办通报表扬全国“八五”普法中期表现突出的单位和个人，南湖区总工会赫然在榜，是全市工会系统中唯一上榜单位。

在企业或社区，搭上工会“普法文艺直通车”，欣赏一段普法情景剧、听上一曲普法freestyle……当普法工作与群众文艺相遇，会产生怎样的化学反应？南湖区工会“1+4+N”普法特色品牌出圈，其中最大亮点之一的“文艺+”普法，让普法工作“普”出日常感，更“普”出时尚感。

让“法韵”深入南湖区职工之心，依托“南工荟·四季送”系列服务品牌活动，南湖区总工会创新“文艺+”普法方式，推动普法入一线、进基层，让职工轻轻松松get法律知识，促进尊法、学法、守法、用法在南湖区蔚然成风。



“文艺普法大集”拉高“兴趣值”

只有贴近职工群众、贴近职工需求、贴近职工生活，才能让普法宣传得到职工群众的欢迎，取得实实在在的效果。南湖区总工会“文艺+”普法以文艺活动为载体，切切实实拉高了职工群众的“兴趣值”。

自去年5月启动南湖区首届“职工普法艺术节”以来，“文艺普法大集”时常在南湖区各企事业单位和村、社区举行。舞台上，围绕职工最为关注、最想了解的法律法条，工会结合身边

实际案例，特别创制的独唱、小品、舞蹈等文艺节目令人叫好连连；舞台上，普法书画作品展等实物展览展示吸引人们流连忘返，为更好地回应职工需求，区总工会还制作了《法治文艺服务项目单》供职工选择。

趣味活动提升“幸福感”

南湖区总工会普法还有一个关键词就是“趣味”，通过形式多样、丰富多彩的趣味活动，提高普法工作吸引力和职工参与度，为南湖区打造最优法治化社会环境更添温度。

普法公益集市、法律游园寻宝、普法文艺作品快闪、法治“小画廊”……趣味活动推陈出新，使枯燥的法律知识传授变成了欢乐爆棚的游戏现场，职工们获得快乐的同时，也增长了法律知识认知，有时单场活动能吸引职工群众500余人。

不断创新的普法方式，使普法宣传更接地气，切实提升了职工普

法工作的有效性，工会还推出了“以案释法·法治故事汇”活动，结合“谁执法谁普法”，实现部门联动，结合日常工作中遇到的案例，编撰更易理解的普法故事，把法治案例带进企业，帮助更多职工群众理解，为了磨炼队伍，还开展“法治故事汇”十佳宣讲员评选。

志愿服务汇聚普法“新势力”

贴近式宣传，需要一支力量强大的普法力量，南湖区总工会成立了一系列“心连新”法律服务队，并在全区各镇(街道)组建12支品牌法律志愿服务队伍，形成“工会干部+专业人员+律师+志愿者”的普法力量组成。

这支聚合专业型、文艺型、志愿型的普法主力活跃在一线，常常组团出动，提供法律咨询、法律援助、普法宣传等多形式服务，通过身边人讲身边事、普身边法，为产业工人、新就业形态劳动者送去更加及时有效的法

律服务。据统计，这10余支品牌法律志愿服务队伍已开展普法活动35次，为全区职工化解纠纷60起。

另外，南湖区总工会还组建“区工会—镇街道工会—企业工会”三级普法队伍，每年定期组织法律专题培训班，将普法书籍“三送”、“尊法守法 携手筑梦”公益法律服务等活动纳入年度重点工作，截至目前，已专项培训工会“四员”队伍300余人。

基层阵地点亮“宣传树”

以“贴近中心、贴近职工、贴近基层”为着力点，南湖区总工会打造了一株基层“普法树”。

一方面，推动工会法治文化阵地建设。普法宣传栏、普法标语……依托工会主题公园设置普法长廊，引领普法“新风尚”；依托职工服务站、职工之家等各级工会组织阵地，南湖区总工会因地制宜、资源共享

为原则，将法治元素融入企业文化建设、美丽厂区建设中；将普法角融入工会驿站，打造“驿”闪星期二普法项目，构建“15分钟职工法律服务圈”，南湖区总工会打造了一批集渗透力、感染力、影响力为一体的法治文化阵地，形成“多功能、有特色”的南湖企业法治文化。

另一方面，南湖区总工会注重发挥基层工会的作用，推动组建了一批规模以上企业调解工作站，实现普法工作常态化。如余新镇2021年创新成立“规模以上企业调解工作站”，能做到职工与职工、职工与企业间矛盾第一时间发现、第一时间调解，做到精准、实时、高效，且每一次调解都是一次最生动的普法，在职工中起到了强有力的普法效果。

南湖工人有力量
南湖区总工会

多维度奏响平安建设协奏曲 南湖区多元宣传让平安意识深植入心

■撰稿 徐旦 朱弼翰
图片由区委政法委提供

建设宣传阵地，开展平安建设面对面宣传和问卷调查，每个镇(街道)各建立一支应急力量……近日，南湖区正式启动2024年“平安南湖”建设宣传攻坚行动，通过开展系列工作，营造浓厚的平安建设氛围。

多部门针对性宣教 推进平安建设宣传专业化

每周四，“嘉兴南湖公安”微信公众号都会推送一期反诈周报，将一周内发生的反诈警情进行通报分析，为市民提供反诈警示。而各派出所的反诈近距宣传每天都在开展。

不仅反诈宣传，禁毒宣传、禁赌宣传、扫黄打非宣传等在南湖区也是频次很高、形式多样。今年年初



以来，南湖公安已经开展25次警营开放日活动，向市民打开沉浸式体验项目。

南湖公安还要求派出所民辅警发展办案、户籍、宣传、内勤、巡逻、调解六项能力，打造“六边形战士”，宣传力正是其中非常重要的一点。今年年初以来，仅南湖派出所就举办10多次“反诈集市”“平安夜市”“公益观影”等线下集中宣传，覆盖人数超过了1万人次。

夯实群众基础，是实现平安南

湖的前提。不仅是南湖公安常以花式宣传提升居民平安知识知晓率，消防、综合行政执法、市场监管等南湖区各相关部门都纷纷开展各种平安知识宣传活动，努力提升辖区居民平安意识。

比如南湖区消防救援大队将平安建设宣传与消防宣传培训工作进行有机结合，跨界联名本土品牌打造“消防主题快闪咖啡厅”，集日常餐饮、消防元素展示、消防常识科普于一体，限定推出“蓝焰拿铁”“蓝朋友奶茶”两款消防特色饮品，融入家庭防火、火灾扑救、火场逃生等常识，消费者在就餐的同时可看、可学、可体验。

此外，消防还组织多方力量，每周深入村(社区)、沿街商铺，“多合一”场所开展“敲门入户”教育培训，持续推广消防培训纳入新居民积分制管理，提升消防安全知晓率。同

时，还积极开放消防救援站、科普教育基地、消防主题公园、村(社区)宣传点以及“蓝焰驿站”，邀请学校、社区、企业等群体“沉浸式”体验消防、学习消防知识。

各镇街多样化宣传 推动平安建设普及化

平安建设是与每个人、每个家庭息息相关的大事，南湖区各镇(街道)、村(社区)为推进平安建设开展了一系列工作，以丰富形式努力提升居民法治意识，切实提升群众安全感满意度、电信网络诈骗知晓率、邪教种类知晓率，激发广大群众参与平安建设的热情。

比如南湖新区(东栅街道)社会治理中心、一楼大厅集多元调解、诉讼服务、法律援助、人民建议等功能区于一体，通过这种“一站式”的线下服务，并结合“民声一键办”7x24小时的服务，让人民群众

急难愁盼问题得到了最为及时的破解。

每当夜幕降临，南湖新区(东栅街道)持续开展“我为小区守一夜，小区为我守一年”平安夜巡活动，身着红马甲的党员、社区工作人员、热心居民等志愿者，会在繁华的商业区、主干道和居民小区等重点场所开展隐患排查和安全隐患宣传，通过织密织牢“小网格”，整合社会各方力量共同参与基层平安法治建设，推动实现“大治理”。每月，南湖新区(东栅街道)还会通过发挥“主场”优势，将平安宣传和各社区便民服务相结合，将居民“邀出家门，请进社区，留住脚步”，用喜闻乐见、潜移默化方式把最新的安全知识普及给居民，确保“平安四率”的观念家喻户晓、深入人心。

在余新镇，不仅有网格员通过走访认真对辖区居民、商户普及“平

安四率”，还有幸福“五金团队”“一米茶吧”“秦你说”“周五说事日”等更多基层治理品牌融入了平安宣传，每周将网络诈骗案例、“平安四率”宣传内容宣讲入户、入楼道、入小区。今年年初以来，全镇已累计开展各类平安宣传396场。

此外，该镇各部门及各村(社区)各落实了一名“平安达人”，定期对所属部门及村(社区)，针对群众关心热点，将反诈、反诈、禁毒、交通等内容，采取“传统+智能”双模式，全覆盖开展各种形式平安宣传。今年年初以来，余新镇已制作平安宣传资料7万余份，宣传人数8万余人次。

平安南湖
在行动
南湖区委政法委